



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

Tesis

**PROPUESTA DE ESTRATEGIAS FINANCIERAS
PARA MEJORAR LA RENTABILIDAD DE LA
EMPRESA “MARAKOS GRILL” S.A.C, CHICLAYO –
2016.**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
CONTADOR PÚBLICO**

Autor:

Bach. Hernández Huamán Evelyn Aydee

Asesor:

Dr. Urbina Cárdenas Max Fernando

**Línea de Investigación
Finanzas y Economía**

Pimentel – Perú

2016

PRESENTACIÓN DE LA APROBACIÓN

**Propuesta De Estrategias Financieras Para Mejorar La Rentabilidad De La
Empresa “Marakos Grill” S.A.C, Chiclayo – 2016.**

Aprobación del informe de investigación

DR. Max Fernando Urbina Cárdenas
Presidente del Jurado de tesis

Dr. Luis Alberto Cruz Mendoza
Secretario del jurado de tesis

Mg. Edgard Chapañan Ramírez
Vocal del Jurado de tesis

DEDICATORIA

A Dios por darme la vida y salud que necesito para cumplir mis metas, en especial a mi madre que me brinda su apoyo incondicional para poder estudiar, a mis hermanos que siempre me han apoyado y a mis docentes que me transmiten sus conocimientos para ser un buen profesional.

EVELYN H.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mi profesor y asesor Max Urbina Cárdenas, por su apoyo incondicional y paciencia durante la elaboración de nuestra investigación, así mismo, por orientarme en el camino del emprendimiento el cual nos permite crecer académica y profesionalmente en ésta sociedad tan competitiva.

A los Representantes de la Empresa Marakos Grill SAC, por gustosamente colaborar con el desarrollo de mi investigación proporcionándonos los datos necesarios para la culminación de la misma.

Agradezco infinitamente a mi madre Hermelinda Huamán Cabrera y a mis hermanos Jhon y Jose por el apoyo incondicional, la dedicación, esfuerzo, y confianza que depositaron en mi persona, he hicieron que culminara satisfactoriamente la carrera profesional

A la congregación Cruzadas de Santa María, por su infinito apoyo en la trayectoria de mi carrera, en especial a María Jesús y Carmen Quevedo.

A la Residencia Padre Tomas Morales, en Especial a Liz Puelles; Julissa Jara Fonseca y Marlín Arqueros por siempre velar por mi bienestar espiritual y físico.

Y a todas las personas que de una y otra forma aportaron un granito de arena en esta investigación. Muchas gracias.

EVELYN H.

RESUMEN

El presente trabajo denominado: Propuesta de estrategias Financieras para Mejorar la Rentabilidad de la Empresa Marakos Grill SAC, es una investigación que me ha permitido establecer un estudio profundo de la realidad estudiada en la empresa Marakos, lo cual me ha permitido estar en contacto con la realidad, abordar un tema de esta naturaleza, es de suma importancia para cualquier organización privada o gubernamental, debido que el tema de Estrategias Financieras es un tema actual y de carácter dinámico.

Esta investigación es de tipo descriptiva – Explicativa, puesto que se describirá todos sus componentes principales, una realidad, en este caso la realidad que atraviesa la Empresa Marakos Grill SAC en cuanto a su rentabilidad y explicativa porque se tratara de explicar los factores que conllevan al decaimiento de la rentabilidad de la misma ya que estos analizan y estudian los hechos y fenómenos de la realidad después que ocurren en la entidad Marakos Grill SAC. Se tomó a 10 participantes como parte de nuestra población para la obtención de datos, posteriormente se utilizaron como instrumentos una entrevista y encuestas dirigidos al administrador y contador de la Entidad, obteniendo información valiosa para la realización de la presente investigación.

Después de haber aplicado los instrumentos de investigación, se analizó los resultados obtenidos, de la entrevista, ficha de observación, encuesta, logrando obtener resultados sobre la realidad actual en la que se encuentra la organización en cuanto a sus estrategias financieras, lo cual me permitirá orientar mejor a la entidad para que mejore su rentabilidad.

Se concluyó que el análisis de la situación Financiera de la empresa Marakos Grill SAC en sus Estados Financieros de los años 2014 y 2015, con respecto a su rentabilidad se mantiene constante para ambos periodos, en el año 2014 con 3.60% y 2015 con 4.05% lo cual no es tan beneficioso para la organización, porque el objetivo de toda entidad privada es aumentar la utilidad de la misma, por otro lado la empresa cuenta con un buen manejo en el efectivo y

equivalente de efectivo, principalmente en su capital de inversión, pues Marakos Grill SAC cuenta con el saldo necesario para efectuar cualquier operación.

El Administrador de la Empresa Marakos Grill SAC no utiliza ninguna estrategia financiera para mejorar su rentabilidad, debido a que el capital de inversión de los propietarios ayuda al desenvolvimiento económico de la empresa, para cancelar sus deudas al contado, Por otro lado, en los últimos años la empresa no se está financiando debido al incremento de ventas. De tal manera que con el financiamiento de capital de los propietarios y al incremento de ventas ya no se recurren a préstamos, por lo cual ya no se generan gastos financieros, por ende, la entidad no cuenta con deuda a corto o largo plazo; por ello se recomienda con la propósito de mejorar la rentabilidad, reducir los gastos operativos, también realizar un reajuste en los precios para incrementar nuestras ventas por volumen y por ende incrementar la rentabilidad, así mismo desarrollar investigaciones y estudios de mercado nacional e internacional, con el fin de optimizar la maquinaria para mejorar la productividad de la Marakos, lo cual beneficiara pues se pueden optimizar gastos operativos, además aplicar las estrategias financieras propuestas, el cual contiene un conjunto de actividades administrativas y contables, el cual permitirá mejorar la rentabilidad de la empresa Marakos Grill SAC-Chiclayo.

Palabras Claves: Estrategias, Estrategias financieras, Rentabilidad

THEY SUMMARIZE

The present work called: Offer of Financial strategies To improve the Profitability of the Company Marakos Grill SAC, is an investigation that has allowed me to establish a deep study of the reality studied in the company Marakos, which has allowed me to be in touch with the reality, to approach a topic of this nature, performs supreme importance for any private or governmental organization, Owed that the topic of Financial Strategies is a current topic and of dynamic character.

This investigation is of type descriptive - Explanatory, since there will be described all his principal components, a reality, in this case the reality that crosses the Company Marakos Grill SAC as for his profitability and explanatory because it was a question of explaining to him the factors that they carry to the decay of the profitability of the same one Since these analyze and study the facts and phenomena of the reality later that happen in the entity Marakos Grill SAC. One took ten participants as a part of our population for the obtaining of information, later an interview and surveys were in use as instruments directed the administrator and book-keeper of the Entity, obtaining valuable information for the accomplishment of the present investigation.

After having applied the instruments of investigation, there were analyzed the obtained results, of the interview, card of observation, survey, managing to obtain results on the current situation in the one that is the company as for his financial strategies, which was helping us to orientate better the entidad in order that it improves his profitability.

It was concluded that the analysis of the financial position of the Company Marakos Grill SAC in its financial statements of 2014 and 2015 could be analyzed v its profitability paragraph is kept constant Both periods in 2014 to 3.60% to 2,015 with 4.05 % Min search Results for whatever little benefit seeks to increase profitability, the Company: also has a good handling in cash and cash equivalents in its capital investment mainly because Marakos Grill SAC. Hall has the necessary BALANCE para carry out the operations.

Manager Company Marakos Grill SAC no USING no financial strategy to improve its profitability, because the Capital Investment Owners Help the Economic Development of the Company, to cancel their debts in cash, on the other, in recent Jahr Company no funding is due to increased sales. So that with funding from the capital of the owners, and increased sales and does not bind Loans resort, so it is already noninterest expenses are generated, therefore, the Bank no offers debt a short or long term; : It is therefore recommended in order to improve profitability, reduce operating expenses, also make UN adjustment in prices Paragraph increase our sales volume and thus increase profitability, also develop Research and Studies National Market and International order to optimize the machinery to improve productivity of Marakos, which is benefit because you can optimize operating expenses, also implement the Financial Strategies Proposals, which is Contains UN Joint Administrative and Financial Activities, which is will improve the profitability of the company Marakos Grill SAC-Chiclayo.

Key words: Strategies, financial Strategies, Profitability

INDICE

RESUMEN.....	V
INTRODUCCIÓN.....	XI
CAPÍTULO I.....	13
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	13
CAPITULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	14
1.1.Planeamiento del problema.....	14
1.1.1.Situación problemática	14
1.2.Formulación del problema.....	20
1.3.Justificación e importancia	20
1.4.Objetivos	21
CAPÍTULO II	22
MARCO TEÓRICO.....	22
2.1. Antecedentes de la investigación.....	23
2.1.1. Internacionales.....	23
2.1.2. Nacionales.....	27
2.1.3. Local.....	29
2.2.BASE TEÓRICO CIENTÍFICAS	30
2.2.2.Estrategias Financiera:	35
2.2.3.Rentabilidad	38
CAPITULO III MARCO METODOLOGICO	52
3.1. Tipo de investigación	52
3.2. Diseño de la investigación	53
3.3. Operacionalización	55
3.4. Población y muestra	56
3.5. Métodos, técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	56
3.6.2 Técnica:.....	58
3.6. Procesamiento y Análisis e interpretación de datos.....	60
3.7. Criterios éticos:	60
3.8. Criterios de rigor científico	60
CAPÍTULO IV	62
4.2. Análisis de las Entrevistas.....	63

CAPÍTULO V	86
5.1. Justificación	87
5.2. Objetivos de la Propuesta	87
5.2.1. Objetivos General	87
5.2.2. Objetivos Específicos.....	87
5.3. Contexto de la Propuesta	87
5.4.1 ESTRATEGIA I:	88
5.4.2 ESTRATEGIA II.....	89
CAPÍTULO VI.....	91
CONCLUSIONES.....	92
RECOMENDACIONES.....	93
VI. ANEXOS	94
Bibliografía	97

INDICE DE TABLAS

Tabla 1: fuentes de Ratios Financieros.....	83
Tabla 2: Fuentes de Ratios Financieros.....	83
Tabla 3: Fuente de Ratios Financieros.....	84
Tabla 4: Fuente Ratios Financieros.....	84
Tabla 5: Fuente Ratios Financieros.....	85

INDICE DE GRAFICOS

Grafico 1: fuente Estados Financieros	74
Grafico 2: fuente Estados Financieros	74
Grafico 3: fuente Estados Financieros	75
Grafico 4: fuente Estados Financieros	75
Grafico 5: fuente: Estados Financieros	76
Grafico 6: fuente Estados Financieros	77
Grafico 7: fuente Estados Financieros	78
Grafico 8: fuente Estados Financieros	79
Grafico 9: fuente Estados Financieros	80
Grafico 10: fuente Estados Financieros	81
Grafico 11: fuente Estados Financieros	82

INTRODUCCIÓN

En la presente trabajo de investigación, se tiene como objetivo proponer Estrategias Financieras para mejorar la rentabilidad en la Empresa Marakos SAC - 2016, para que una empresa sea más rentable y competitiva, para ello se elaboró estrategias financieras que ayuden a su desarrollo económico y crecimiento rentable. Estudio, que se realizó para proponer estrategias financieras para mejorar la rentabilidad, empezando desde el Planteamiento del Problema, el Marco Teórico, la Metodología, Resultados, concluyendo con las Conclusiones y Recomendaciones.

En cuanto al **Primer capítulo**: Planteamiento del Problema, abarcó desde la descripción de la realidad problemática, identificándose el problema principal y los objetivos que se utilizaran para la solución de esta. Luego se formuló el problema, la justificación e importancia y los objetivos de la investigación

Respecto al **Segundo Capítulo**: Marco Teórico, trató desde los antecedentes relacionados con otras investigaciones nacionales e internacionales de diferentes años, que sirvieron como base para el presente estudio; así como las definiciones conceptuales de las variables del estudio.

El **Tercer Capítulo**: Comprendió los aspectos metodológicos, como el tipo diseño de la investigación, las hipótesis, las variables y el desarrollo de la operacionalización. Luego se determinó la población y muestra como también las técnicas e instrumento de recolección de datos, y el procesamiento, análisis de la información.

En lo concerniente al **Cuarto Capítulo**: Resultados, se trabajó con la información recopilada de la encuesta y la entrevista, donde además de llevarse a cabo el procesamiento y análisis de los datos sobre las interrogantes, se procedió a la elaboración de las tablas y figuras respectivas, para luego llevar a cabo la

interpretación y análisis, terminando en la parte final del capítulo con la contratación de las hipótesis.

En el capítulo Quinto: Es donde se realiza la propuesta de Estrategias Financieras para mejorar la rentabilidad de la empresa Marakos Grill SAC a para aumentar el desarrollo económico de la empresa.

Finalmente, en el **Capítulo Sexto**, trata sobre el término de la investigación relacionado a las conclusiones, las recomendaciones donde se establecieron aportes que se consideran viables para la Tesis.

CAPÍTULO I
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

CAPITULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Planeamiento del problema

1.1.1. Situación problemática

Internacional:

(Gilarías, 2016) El Diario Finanzas Digitales - Venezuela, en su artículo: Importancia de la planificación fiscal y financiera de tu empresa. Nos informa que, “Es en la crisis que nacen las grandes estrategias, la actitud es la clave, debemos desarrollar una cultura empresarial proactiva. La Crisis es tiempo de Oportunidades. (...) así mismo si nos mantenemos enfocados en nuestros objetivos tendremos mayores oportunidades para alcanzar nuestras metas. No hay nada peor que tomar decisiones en base a la improvisación. El enfoque, la planificación, la dedicación y constancia cuatro virtudes que ayudaran a llegar a puerto seguro”. Par 11.

Siguiendo con (Gilarías Raúl, 2006) también nos menciona que ante la crisis “Es él es el momento de optimizar los recursos materiales y humanos. Maximizar los beneficios de nuestras empresas. Los empresarios nos encontramos con muchos retos. El incumplimiento de las normas legales puede devenir en problemas laborales y contingencias tributarios que pueden llegar a provocar el cierre temporal o definitivo de la empresa. Asesórese con profesionales contables, financieros, legales y tributarios y pague sus impuestos” Par 11.

Soria, A. (23 de septiembre del 2016). Capital & Bolsa - España, en su artículo: “Alerta ante la posible explosión de la burbuja en el mercado de deuda”. Nos informa que, “Desde la crisis financiera del 2008 hemos presenciado una oleada de medidas por parte de los principales Bancos Centrales en cuanto a política monetaria se refiere con el fin de incentivar el crecimiento económico, apoyando sobretudo la financiación empresarial. Estas medidas no convencionales

incluyen medidas de liquidez y plazos superiores de financiación, así como programas de flexibilización cuantitativa”. Par 1.

“A pesar de esto, ciertos inversores sugieren que los rendimientos negativos son un "signo de prosperidad." Y algunos gestores de bonos incluso han utilizado diferentes estrategias financieras para transformarlo en un rendimiento positivo. Sin embargo, a medida que los inversores buscan una mayor rentabilidad también lo hacen en cuanto al riesgo asumido, eso sí, bajo la esperanza de que los Bancos Centrales mantengan estas políticas a pesar de las consecuencias potencialmente adversas en el largo plazo”. (Soria Arturo, 2016, par 17)

“PIMCO, la mayor gestora de fondos especializada en estos activos, y el Estado chino han encontrado la clave para conseguirlo, que está en la divisa. La estrategia consiste en cubrir la divisa de los bonos en dólares, (swaps) algo que ambas instituciones están haciendo de momento con la deuda japonesa en yenes pero que seguramente terminarán por llevar a cabo la misma operación con la divisa europea”. (Soria Arturo, 2016, par 18)

“Cada vez más inversores particulares se lanzan a realizar este tipo de operaciones lo que reducirá el precio de los “swaps”; Entonces es cuando llega el problema donde lo más probable es que los inversores busquen nuevos lugares donde poder optimizar su rentabilidad, y por qué no, la próxima parada podría ser Europa”. (Soria Arturo, 2016, par 19)

(Valls, 2016) El Diario Montañés – España, en su artículo: “El cliente como centro de las estrategias financieras digitales”. Nos informa que, la innovación disruptiva implica crear los servicios que el cliente pueda necesitar en el presente o en el futuro. «Es empezar a pensar de manera diferente y mantener al cliente en el centro de la innovación», explicó”. Par 1.

“(…) La digitalización de la sociedad es una realidad que avanza rápidamente». La banca no es ajena a este volumen de actividad: se mueven 3.400 millones de euros de negocio en e-commerce, con un crecimiento anual estimado

del 30%. Y dentro de los cambios experimentados, «el uso del móvil es fundamental para realizar acciones en la banca digital». (Valls Angells, 2015, par 3 - 4)

“«Cada cliente es diferente. Cada uno tiene necesidades distintas y reclama soluciones específicas». Por ello, el objetivo de las acciones que promueve 'La Caixa' es potenciar la relación digital. «Queremos crear servicios que no ofrezca nadie más, ganar eficiencia y seguir innovando»” (Valls Angells, 2015, par 7)

“La estrategia global que aplica 'La Caixa' se denomina Digital centricity e apoya en varios pilares básicos, entre los que se incluyen los servicios y procesos digitales orientados hacia la eficiencia; «Que el cliente tenga lo que necesita cuando lo necesita», indica Valls. También se contempla en este conjunto de elementos la innovación, para «mantener y hacer crecer el ecosistema financiero» y la cercanía con los clientes”. (Valls Angells, 2015, par 9)

“La puesta en marcha de esas nuevas propuestas tuvo que ver con el análisis del entorno financiero, que comenzó en la misma época. Ante la aparición de nuevos elementos como la banca “low cost o el “shadow banking, los responsables de la entidad se dieron cuenta de que el cliente empezaba a no diferenciar las ofertas entre sí. El precio y la atención eran los únicos elementos distintivos. «Creímos adecuado potenciarlos», dice Valls. Y para ello optaron por preguntar directamente al cliente qué era lo que necesitaba”. (Valls Angells, 2015, par 11)

Gracias al Big Data, se reúnen, analizan y categorizan los datos dispersos de los usuarios, ofreciéndole la posibilidad de utilizarlos de forma sencilla y ágil. Cualquier operación es factible a partir de dispositivos móviles y páginas web. La automatización de los procesos permite pagar directamente con el móvil, incluso sacar dinero de los cajeros vinculando las tarjetas o realizar operaciones de contratación 'one click' (el 32% de las mismas ya se realiza así). (Valls Angells, 2015, par 14)

Nacional

El Diario El Comercio. (06 de agosto del 2014). En su artículo: “Instrumentos financieros en soles rinden más que en dólares”. Nos informa, en un reporte de MC & F que, en los últimos 12 meses, al cierre de julio de este año, los instrumentos de inversión en moneda nacional mostraron una rentabilidad promedio de 3,6%, cifra mayor que los de moneda extranjera, que lograron un 1,8%. En el mismo período, la consultora determinó que el instrumento más rentable en soles fue el índice general de la Bolsa de Valores de Lima, que mostró una rentabilidad de 11,56%. En cuando a los instrumentos en dólares, el más destacado fue el índice EPU con 14,22%, Con relación a las AFP, los tres tipos de fondos mostraron rentabilidades positivas en los últimos 12 meses (5,7%; 7,7% y 6,9%, para los tipos de fondos 1, 2 y 3, respectivamente). En fondos mutuos, el de mayor crecimiento fue el de renta fija en soles, con 3,85%, mientras que el de menor rentabilidad lo obtuvo el de corto plazo en dólares con 0,51%. Par 1-4

En los últimos siete meses, la rentabilidad de todos los indicadores en promedio fue de 1,3%, cifra mayor que el rendimiento acumulado a junio, que fue de 1,1%. (..) El rendimiento más alto en moneda nacional lo obtuvo el índice general de la Bolsa de Valores de Lima, con un 7,06%, mientras que el instrumento de mayor rendimiento en moneda extranjera fue el EPU, con un 8,30%. (El Comercio, 2014). Par 5-8

“El momento más eficaz para incentivar comportamientos financieros prudentes, sanos y enfocados en lograr metas comienza desde una temprana edad, por lo que es de gran importancia apoyar a los pequeños en el manejo de su dinero, exhortaron diversas especialistas, (...), Durante la presentación del programa Sueña, Ahorra, Alcanza: Fortalecimiento financiero para las familias, en colaboración con MetLife Foundation y Sesame Workshop seencionó que para incrementar el conocimiento sobre estrategias financieras en las familias, debe comenzarse por definir metas y buscar realizarlas mediante una planeación en las finanzas en el hogar, en esta iniciativa, con la ayuda de un grupo de asesores y especialistas globales y locales, se busca brindar a los niños información asequible, comprensible y de manera dosificada, ya que en esta etapa, en la que son más

receptivos al aprendizaje, resulta conveniente dar una buena educación sobre el manejo de sus recursos. Por ello, el programa que ofrecen estas actividades se basa en tres elementos clave, que pueden ser una guía para que usted hable de finanzas con sus hijos”. (García Gutiérrez, 2016, par 2-6)

“El primero es tener una actitud positiva que signifique tener confianza y aspiraciones, ya que, según la guía para madres, padres y cuidadores de Met Life Foundation, ayudar a los pequeños a definir sus metas los fortalece para que puedan empezar a planear cómo alcanzarlas, con una actitud confiada, ya que el camino puede parecerles muy largo, debido a que en la infancia se está habituado al corto plazo”. (García Gutiérrez, 2016, par 7)

El segundo elemento clave se basa en conocer comportamientos relacionados con la autorregulación y funciones de ejecución (control consciente de los pensamientos, sentimientos y acciones) que ayuden a establecer, planear y alcanzar objetivos. (García Gutiérrez, 2016, par 8)

“En esta etapa son cosas muy sencillas (las que debe proponerse el niño), pero si les enseñamos a diferenciar entre necesidades y deseos, les ayudará a que cuando crezcan tomen decisiones para un mejor control de su presupuesto”, dijo al respecto. ((García Gutiérrez, 2016), par 9)

“El último elemento que es recomendable tomar en cuenta a la hora de hablar de finanzas con sus hijos es el de contar con los conocimientos y la información necesarios para lograr el fortalecimiento financiero, que puedan ayudarle a alcanzar lo que se plantea”. (García Gutiérrez, 2016, par 10)

La educación financiera no es enseñarles a los niños a comprar, estoy convencida de que es planeación en familia; si los niños tienen metas a corto plazo, es debido a que su vida ha sido muy corta, han pasado muy poco tiempo con nosotros, pero sus papás no, y si los niños pudieran escuchar las conversaciones de sus padres (de presupuesto familiar) donde las metas son a mediano y largo plazos, entrarán en esa mentalidad”, refirió la directora del Mide, (...), “Fomentar la inclusión financiera y utilizar servicios financieros formales pueden mejorar la

calidad de vida de una persona si sabe utilizarlos. Los niños no suelen planear para hoy, debido a que ven sus metas muy lejanas, pero cuando sean mayores deben conocer las soluciones para enfrentar un problema financiero”, concluyó; (García Gutiérrez, 2016, par 13-15)

Local

El Diario El Correo. (14 de octubre del 2012). En su artículo: “pequeños ahorradores”. Nos informa... según King en su libro "La Familia y el dinero, estrategias financieras fáciles para todas las edades" que ha sido publicado en nuestro país gracias al apoyo del Banco de Crédito del Perú (BCP), señala que el ahorro es un hábito o una disciplina que se adquiere con la práctica y son los padres quienes deben incentivarla en sus hijos. Así mismo el valor del dinero se debe cultivar en los niños, desde que son pequeños, los principios financieros básicos como gastar, ahorrar y compartir hará de ellos adultos seguro y responsables financieramente. Par 2- 3

¿Pero a partir de qué edad se le debe enseñar a un niño el valor del dinero? La especialista señala que desde los tres años se puede empezar porque el pequeño ya tiene la capacidad de entender lo que significa ahorrar en lugar de gastar. De tal forma que un instrumento de ahorro. Una herramienta muy útil para empezar a ahorrar desde pequeños es el famoso "chanchito". Cuando los padres ponen en las manos de sus hijos esta alcancía, le están dando un instrumento que les enseñará que el dinero no solo es para gastarlo, sino también para planificarlo, para ahorrarlo, para invertirlo y para compartirlo. Aconseja King. ((Quispe Ramírez, 2012) par 6-7)

El Diario El Correo. (2 de octubre del 2016). En su artículo: “Las mujeres gerentes hacen más rentables a empresas”. Nos informa en el Perú, la brecha de género en el mercado laboral se mantiene ampliamente a favor de los hombres, tanto porque tienen un mayor salario con relación al de las mujeres como por la posición de liderazgo que mantienen en las empresas. Sin embargo según Andrea de la Piedra, cofundadora de Aequales, ello pese a que las mujeres dan mejores resultados a la empresa, pues hay estudios que revelan que cuando ellas

se encuentran en una posición gerencial, pueden lograr un 26% más de rentabilidad. “Hay una correlación positiva entre la presencia de una mujer gerente y un mejor resultado de la empresa”, precisó. Par 2-3.

En ese sentido, según manifestó (...) en el último ranking que elaboró Aequales, se concluye que las empresas que operan en el Perú vienen mostrando más interés por que las mujeres tengan un mayor liderazgo en sus organizaciones; Así mismo, refirió que en el primer año en que Aequales hizo un estudio sobre el interés de las empresas por dar mayor peso a la mujer en sus organizaciones, el 22% estuvo de acuerdo. En tanto, en el segundo año (2016) esa aprobación subió a 54%. Sin embargo, cuando se preguntó cuántas empresas habían decidido incorporar a más mujeres en sus respectivos directorios, en el primer año el 16% admitió que lo hizo, mientras que en el segundo año (2016) fue el 17%. (Flores F., 2016) par 6-7)

1.2. Formulación del problema

¿De qué manera la propuesta de Estrategias Financieras permitirá mejorar la rentabilidad de la empresa Marakos Grill SAC de Chiclayo?

1.3. Justificación e importancia

A través de los años, los negocios se han ido globalizando y agilizando, donde, las empresas se ven obligadas a buscar alternativas financieras y operativas para ser competitivas y lograr sus metas planteadas. El éxito de las grandes empresas radica fundamentalmente en saber aprovechar cada uno de los recursos que posee, evitando desperdicios y maximizando las capacidades que tiene, analizar sus amenazas, explotar sus fortalezas e ir mejorando cada debilidad, con el objeto de tomar decisiones acertadas, orientadas a desarrollar ventajas competitivas y obtener una mejor rentabilidad.

La importancia de esta investigación radica en saber cuáles son las estrategias financieras empleadas por la empresa MARAKOS GRILL SAC en contribución a mejorar su rentabilidad, la cual desea determinar el grado de eficiencia que ha tenido la implementación de las mismas en relación a su rentabilidad. Por consiguiente, la finalidad de esta investigación es informar los resultados obtenidos a la dirección general de la relevancia que tiene las estrategias financieras en su rentabilidad, además proponer estrategias financieras que ayuden a mejorar la rentabilidad de la empresa.

Este trabajo es importante ya que va a servir como aporte y/o marco de referencia a futuros investigadores que quieran tomar como base la presente investigación.

1.4 Objetivos

General

Proponer Estrategias Financieras para mejorar la rentabilidad la empresa Marakos Grill SAC de Chiclayo.

Específicos

Analizar la situación económica de la empresa Marakos Grill SAC de Chiclayo-2016.

Identificar que estrategias financieras pueden mejorar la rentabilidad de la empresa Marakos Grill SAC de Chiclayo-2016.

Diseñar estrategias que permitan mejorar la rentabilidad de la empresa Marakos Grill SAC de Chiclayo-2016.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

CAPITULO II MARCO TEORICO

2.1. Antecedentes de la investigación

2.1.1. Internacionales

(Acosta Jaramillo, 2011) En su tesis denominada: “Diseño de Estrategias Financieras para mejorar la Rentabilidad de la Empresa Explocen C.A.” Escuela Politécnica del Ejército, en Sangolquí, Ecuador. Se recopilaron los datos a través de la encuesta, la entrevista, entre otros, y como instrumento de recolección de datos fue utilizado el cuestionario.

Con los datos obtenidos las autoras concluye que:

- La empresa EXPLOCEN C.A. está dedicada a la fabricación, importación, exportación, almacenamiento, comercialización y distribución de explosivos industriales, derivados y componentes, a fin de cubrir el mercado ecuatoriano con productos y servicios de calidad. En el año 2010 la empresa tuvo la mayor participación del mercado nacional con el 82%, a pesar de la introducción agresiva de la competencia. (Acosta J, 2011, pág. 168).
- La empresa cuenta con una gama de productos los cuales están calificados y controlados por el sistema de calidad que tiene EXPLOCEN C.A. por ende los procesos están regidos por normas internacionales estandarizadas para la calidad. (Acosta J, 2011, pág. 168).
- La empresa cuenta con un buen manejo en el efectivo, principalmente en su capital de trabajo, pues EXPLOCEN C.A. tiene el saldo necesario para efectuar las operaciones. Para tener un mejor rendimiento en cuanto al saldo de la cuenta Bancos se propone pasar el 50% de este para invertir en fondos de inversión (Fondos disponibles – PRODUFONDOS) para que así este dinero genere ingresos adicionales por intereses ganados. (Acosta J, 2011, pág. 169)

- Para incrementar las ventas de la empresa, se propone dos alternativas: la primera es considerar la creación de un nuevo punto de venta ubicado en la provincia de Zamora Chinchipe, siendo esta una región que tiene perspectivas de desarrollo en la minería y proyectos hidroeléctrico, por estar ubicada en la región de la Cordillera del Cóndor. La segunda, es un reajuste de precios, ya que se incrementó el precio de las materias primas sobre todo en materiales explosivos indispensables para la fabricación de los mismos. (Acosta J, 2011, pág. 170)

(Moyolema Muyulema, 2010)) En su tesis denominada: “la Gestión Financiera y su Impacto en la Rentabilidad de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Kuriñan de la Ciudad de Ambato” Universidad Técnica de Ambato, Ecuador.

Analizar la Gestión Financiera y su impacto en la rentabilidad de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Kuriñan” de la ciudad de Ambato. Se recopilieron los datos a través de la encuesta, la entrevista, entre otros, y como instrumento de recolección de datos fue utilizado el cuestionario y la guía de entrevista respectivamente; asimismo el registro de información y procesamiento de los datos fue a través del programa SPSS V 17. El objetivo general es Analizar la Gestión Financiera y su impacto en la rentabilidad de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Kuriñan” de la ciudad de Ambato. (Moyolema, María, 2010, pág. 10)

Con los datos obtenidos el autor concluye que:

- al realizar un diagnóstico de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Kuriñan; se establece que actualmente no cuenta con una gestión financiera adecuada lo cual no le ha permitido incrementar su rentabilidad y por ende no ha crecido como institución por lo que también no existen estrategias adecuadas en lo que la institución pueda respaldarse. (Moyolema, María, 2010, pág. 57)
- Desconocimiento sobre indicadores financieros y la inexistencia de un asesor permanente para realizar un análisis correspondiente de su liquidez provoca desconfianza de todos los socios. Pág. 57

- No cuenta con un plan financiero que le ayude a mejorar la rentabilidad de la institución ya que es una herramienta muy necesaria para poder verificar cuanto sería la proyección para un determinado tiempo. (Moyolema, María, 2010, pág. 57)

(Sánchez Ramos & Villavicencio Ortiz, 2013) En su tesis denominada: "Diseño de Una Estrategia para Mejorar la Rentabilidad de la Empresa Businesswise S.A." Universidad Central de Ecuador, en Quito, Ecuador. El objetivo Primordial es diseñar una estrategia para mejorar la rentabilidad de la empresa businesswise S.A. (Sánchez R & Villavicencio O, 2013, pág. 3)

Con los datos obtenidos el autor concluye:

- la empresa Businesswise S.A. cuenta con ventajas tecnológicas para afrontar la competencia, y captar clientes, pero estas no están aprovechadas al máximo por desconocimiento de las expectativas del cliente tanto externo como interno, esto sumado al escaso control de los procesos causa pérdidas en los ingresos y en consecuencia que la rentabilidad no cumpla con las expectativas de los accionistas. (Sánchez R & Villavicencio O, 2013, pág. 160)
- Businesswise S.A. a pesar de ser una gran empresa, el no tener definido la Misión, Visión y Valores Corporativos, provoca que la dirección de la institución se distorsione y se desperdicien recursos y esfuerzos, poniendo en riesgo su futuro. Estos tres aspectos son el punto de partida que motivan a la renovación y transformación institucional. (Sánchez R & Villavicencio O, 2013, pág. 160)
- El establecer incentivos al Departamento Comercial por cumplimiento de objetivos, genera una motivación intrínseca provocando que el Ejecutivo Comercial busque más oportunidades para alcanzar las metas, logrando el máximo beneficio que la empresa le ofrece. Con el nuevo esquema de pago de comisiones Businesswise S.A. exige más a su equipo de ventas, convirtiendo al talento humano en su aliado estratégico. (Sánchez R & Villavicencio O, 2013, pág. 160)

- La falta de capacitación del Departamento Financiero de Businesswise S.A. ha provocado que existan malos manejos en determinadas cuentas de los Estados Financieros, lo que significa un riesgo para la empresa. Uno de los puntos débiles es el pago de intereses y multas que constituyen un gasto no deducible, y crea pagos excesivos de Impuesto a la Renta por desconocimiento de la Normativa Tributaria. (Sánchez R & Villavicencio O, 2013, pág. 161)
- Businesswise S.A. al no realizar el cálculo e interpretación de Indicadores Financieros, pone en riesgo el control del uso de los recursos, comprometiendo la rentabilidad de la empresa a futuro. (Sánchez R & Villavicencio O, 2013, pág. 161)

(Saravia Guamán & Pepinós Ortiz, 2013) En su tesis denominada: “propuesta para mejorar la rentabilidad de la empresa Distrifood S.A. mediante un modelo de Gestión y Control Financiero en la Ciudad de Quito” Universidad Central del Ecuador, se recopilaron los datos a través de la encuesta, la entrevista, y como instrumento de recolección de datos fue utilizado el cuestionario y la guía de entrevista, el objetivo general, Realizar una propuesta para mejorar la rentabilidad de DISTRIFOOD S.A. a través de la elaboración de un modelo de gestión, control financiero y optimización en el proceso de toma de decisiones. (Seravia G. & Pepinos O, 2013, Pág. 5)

Con los datos obtenidos los autores concluyen que:

- La elaboración de un Modelo de Gestión para mejorar la Rentabilidad de la Empresa DISTRIFOOD S.A, permite orientar las actividades propias de la gestión por parte de los directivos de la institución, y es una alternativa viable y económica de implementar. (Seravia G. & Pepinos O, 2013, Pág. 129)
- El limitado funcionamiento financiero de Distrifood se debe, por la concentración de valores en las cuentas del activo (inventarios y cuentas por cobrar), lo que ha provocado bajos niveles de liquidez, y escaso circulante disponible, causado por la mala gestión de los administradores que no han controlado las ventas a crédito y las adquisiciones de mercadería lo que

respecta a los costos, están demasiado elevados considerando que la actividad principal de la empresa es la compra venta. (Seravia G. & Pepinos O, 2013, Pág. 129)

- La estructura de los pasivos presenta una composición propia de una empresa comercial, donde la mayor concentración se centra en la cuenta proveedores, lo que se puede considerar una situación ventajosa para la empresa, dado que los activos están siendo financiado más por los acreedores que por los dueños del negocio, sin embargo del análisis realizado los acreedores conceden los créditos pero a costos poco ventajosos para la empresa, porque no le dejan un margen razonable de utilidad, en este caso la empresa debe reducir sus gastos al máximo para alcanzar alguna rentabilidad. (Seravia G. & Pepinos O, 2013, Pág. 130).
- La propuesta implica la ejecución de actividades simultaneas e integrales para alcanzar el mejoramiento de la rentabilidad de la empresa basado en un modelo de gestión administrativo financiero, que busca objetivos claros para alcanzar una visión definida, la cual se basa en un diagnóstico que identifica fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de la empresa; lo que contribuirá a generar sostenibilidad y rendimiento a mediano y largo plazo. (Seravia G. & Pepinos O, 2013, Pág. 130)

2.1.2. Nacionales

(FLORES TAPIA, 2014) En su tesis denominada: “la Gestión Logística y su Influencia en la Rentabilidad de las Empresas Especialistas en Implementación de Campamentos para el Sector Minero en Lima Metropolitana” en Lima, Perú. Su objetivo general es Determinar la influencia de la gestión logística en la rentabilidad de las empresas especialistas en implementación de campamentos para el sector minero en Lima Metropolitana, (Flores Tapia, 2014, pág. 3)

Con los datos obtenidos el autor concluye que:

- La gestión de compras y abastecimiento en un porcentaje razonable de empresas es deficiente porque no logran identificar con claridad los procesos y se recurre a la improvisación ocasionando que los usuarios reporten requerimientos innecesarios y sin sustento influyendo negativamente en la rentabilidad económica. (Flores Tapia, 2014, pág. 99)
- La gestión logística en un porcentaje razonable de empresas no engloba los procesos y operaciones necesarias para proveer al consumidor el producto correcto, en la cantidad requerida y en condiciones adecuadas lo que hace que influya significativamente en la rentabilidad financiera. (Flores Tapia, 2014, pág. 99)
- El aprovechamiento de la gestión de transporte y distribución de la carga que es uno de los procesos fundamentales de la estrategia logística de las organizaciones en un porcentaje razonable de empresas es deficiente lo que hace que influya significativamente sobre el riesgo financiero. (Flores Tapia, 2014, pág. 99)
- La prestación de servicio al cliente que es el fundamento y fin último de la cadena logística en un porcentaje razonable de empresas no es oportuna ni eficiente incidiendo directamente sobre el riesgo económico. (Flores Tapia, 2014, pág. 99)

(Cruz Carranza, 2014) En su tesis denominada: “la Aplicación De Un Joint Venture Para Mejorar La Rentabilidad De La Empresa Avícola Yugoslavia S.A.C. De la provincia de Trujillo” en Trujillo, Perú. Su objetivo principal es Demostrar como la aplicación de un Joint Venture mejora la rentabilidad de la empresa Avícola Yugoslavia SA.C (Cruz C, 2014, pág. 6)

Con los datos obtenidos el autor concluye que:

- la alianza estratégica entre la empresa avícola Yugoslavia SAC y su empresa vinculada Yugo Frio SAC, le permitirá vender una nueva línea como el pollo

empaquetado, lo cual sería provechoso y solo utilizando un 45% de la producción de pollo de carne. (Cruz C, 2014, pág. 87)

– La rentabilidad de la empresa incrementa un 6% con la venta del pollo empaquetado a través de la herramienta de gestión del Joint Venture en el periodo 2014 (Cruz C, 2014, pág. 87)

– La implementación del Joint Venture incide positivamente en el rendimiento de las proyecciones de ventas del año 2014, porque aumentaría 1.67% en relación al año 2013. (Cruz C, 2014, pág. 88)

– La figura asociativa del Joint Venture permite a las partes obtener una colaboración recíproca, para alcanzar determinado objetivo que sería difícil, dilatado y costoso lograr por sí mismas. (Cruz C, 2014, pág. 87)

2.1.3. Local

(Alarcón Reyes & Rosales Larrea, 2014) En su tesis denominada: “Evaluación de la Gestión Económica – Financiera y su Implicancia en la Rentabilidad de la Empresa “Panificación Arte Distribuidores SAC” de la Ciudad de Chiclayo durante el periodo 2014” universidad católica santo Toribio de Mogrovejo, en Chiclayo, Perú. Se recopilaron los datos a través de la observación y la entrevista, entre otros, y como instrumento de recolección de datos fue utilizado el cuestionario.

Con los datos obtenidos los autores concluyen que:

– al analizar la rentabilidad a través del flujo de caja de los años históricos se observa que la tasa interna del retorno es menor a la tasa promedio de descuento que ha utilizado en la empresa por lo que el VAN es negativo, en efecto la rentabilidad proyectada ha sido de tendencia negativa y se contrasta ello con el ROE de dichos periodos (Alarcon R. & Rosales L; 2014, pág.162)

– Además la tasa promedio de crecimiento de las ventas anuales ascendió al 40.7% siendo los ingresos en punto de partida para las proyecciones de los rubros de los activos, (...) en el periodo 2014 se denota que existió la mejora en la gestión de las cuentas por cobrar en relación a nuestros proveedores, debido a las políticas implantadas en la proyección; asimismo ha existido un crecimiento en el patrimonio dando como resultados una mejora en el apalancamiento financiero; y por último el rendimiento para los accionistas ha crecido por la gestión puesta en la proyecciones determinadas. (Alarcón R. & Rosales L; 2014, pág.162 - 163).

2.2. Base Teórico Científicas

2.2.1. ESTRATEGIAS

2.2.1.1. Definición:

Según (Sanchez Viloria, Samuel Alfonso) las estrategias “Es la determinación de los objetivos básicos a largo plazo de una empresa y la adopción de los cursos de acción y asignación de los recursos necesarios para alcanzarlos”. Par 4.

Por otro lado, (Contreras Sierra) nos menciona “Para Chandler (2003) la estrategia es la determinación de las metas y objetivos de una empresa a largo plazo, las acciones a emprender y la asignación de recursos necesarios para el logro de dichas metas. Pág. 161.

Por otro lado, tenemos a (Porter, 2016), que nos menciona lo siguiente

“(...) La esencia de la estrategia está en elegir actividades que sean diferentes a los competidores, este trabajo de investigación que lanzó al mercado en el año 1980 fruto de años de investigación, fueron lo certificaron para realizar un hito en la conceptualización y la práctica de los análisis de las empresas y sus competidores. Par 2.

2.2.1.2. Las estrategias son:

Según (Porter, 2016)

- “**Liderazgo en costos.** Que tiene como finalidad, vender las mercancías a precios unitarios extremadamente bajos, a través de una reducción en los costos”. Par 5.
- “**Diferenciación.** Elaborar o vender productos que sean originales, que puedan lograr distinguirse de la competencia y que tengan la particularidad de no ser fácilmente imitables por la competencia”. Par 6.
- “**Enfoque.** Tiene como finalidad de orientar la atención en un segmento específico del mercado, en otro sentido, concentra los esfuerzos en producir o vender mercancías que puedan llenar las expectativas del cliente”. Par 7.

Por otro lado, para (Sanchez Vilorio, 2012) Las estrategias se caracterizan por:

- “**La incertidumbre:** acerca del entorno, el comportamiento de los competidores y las referencias de los clientes”. Par 8.
- “**La complejidad:** derivada de las distintas formas de percibir el entorno y de interrelacionarse éste con la empresa”. Par 9.
- “**Los conflictos organizativos:** entre los que toman decisiones y los que están afectados por ellas”. Par 10.

2.2.1.3. Las cinco fuerzas de Estrategias.

Según (García Nava & Paredes Hernández, 2014), nos menciona las cinco fuerzas de Porter, para tener unas eficaces estrategias ante nuestros adversarios.

- “**Amenaza de entrada de nuevos competidores:** El mercado o el segmento no es atractivo dependiendo de si las barreras de entrada son fáciles o no de franquear por nuevos participantes que puedan llegar con nuevos recursos y capacidades para apoderarse de una porción del mercado”. (García nava & paredes Hernández, 2014, pág. 6)
- “**La rivalidad entre los competidores:** Para una corporación será más difícil competir en un mercado o en uno de sus segmentos donde los competidores estén muy bien posicionados, sean muy numerosos y los costos fijos sean altos, pues de manera constante estará enfrentada a guerras de precios,

campañas publicitarias agresivas, promociones y entrada de nuevos productos”. (García nava & paredes Hernández, 2014, pág. 6)

- **“Poder de negociación de los proveedores:** Un mercado o segmento del mercado no será atractivo cuando los proveedores estén muy bien organizados gremialmente, tengan fuertes recursos y puedan imponer sus condiciones de precio y tamaño del pedido. La situación será aún más complicada si los insumos que suministran son claves para nosotros, no tienen sustitutos o son pocos y de alto costo. La situación será aún más crítica si al proveedor le conviene estratégicamente integrarse hacia adelante”. (García nava & paredes Hernández, 2014, pág. 6)
- **“Poder de negociación de los compradores:** Un mercado o segmento no será atractivo cuando los clientes están muy bien organizados, el producto tiene varios o muchos sustitutos, no es muy diferenciado o es de bajo costo para el cliente, lo que permite que pueda hacer sustituciones por igual o a muy bajo costo. A mayor organización de los compradores mayores serán sus exigencias en materia de reducción de precios, de mayor calidad y servicios y, por consiguiente, la corporación tendrá una disminución en los márgenes de utilidad. La situación se hace más crítica si a las organizaciones de compradores les conviene estratégicamente integrarse hacia atrás”. (García nava & paredes Hernández, 2014, pág. 6-7)
- **Amenaza de ingreso de productos sustitutos:** Un mercado o segmento no es atractivo si existen productos sustitutos reales o potenciales. La situación se complica si los sustitutos están más avanzados tecnológicamente o pueden entrar a precios más bajos reduciendo los márgenes de utilidad de la corporación y de la industria. (García N. & Paredes H, 2014, pág. 7)

Siguiendo (García nava & paredes Hernández, 2014), nos dice las Seis barreras de la ventaja competitiva; Porter identificó seis barreras de entrada que podían usarse para crearle a la corporación una ventaja competitiva: (García nava & paredes Hernández, 2014, pág. 7)

- **Economías de escala:** Supone al que las posea, debido a que sus altos volúmenes le permiten reducir sus costos, dificultar a un nuevo competidor entrar con precios bajos. Por ejemplo, en la actualidad la caída de las barreras geográficas

y la reducción del ciclo de vida de los productos, obliga a evaluar si la búsqueda de economías de escala en mercados locales resta flexibilidad y nos hace vulnerables frente a competidores más ágiles que operan globalmente. (García nava & paredes Hernández, 2014, pág. 7)

– **Diferenciación del producto:** Asume que, si la corporación diferencia y posiciona con fuerza su producto, la compañía entrante debe hacer cuantiosas inversiones para reposicionar a su rival. Hoy día, la velocidad de copia con la que reaccionan los competidores o sus mejoras al producto existente buscando crear la percepción de una calidad más alta, erosionan esta barrera. (García nava & paredes Hernández, 2014, pág. 7)

– **Inversiones de capital:** Considera que si la corporación tiene fuertes recursos financieros tendrá una mejor posición competitiva frente a competidores más pequeños, le permitirá sobrevivir más tiempo que éstos en una guerra de desgaste, invertir en activos que otras compañías no pueden hacer, tener un alcance global o ampliar el mercado nacional e influir sobre el poder político de los países o regiones donde operan. Actualmente en la mayor parte de los países del mundo se han promulgado leyes antimonopólicas tratando por lo menos en teoría de evitar que las fuertes concentraciones de capital destruyan a los competidores más pequeños y más débiles. La creación de barreras competitivas mediante una fuerte concentración de recursos financieros es un arma muy poderosa si la corporación es flexible en la estrategia, ágil en sus movimientos tácticos y se ajusta a las leyes antimonopólicas. (García nava & paredes Hernández, 2014, pág. 7-8)

No obstante su fuerza financiera, la corporación debe considerar que los pequeños competidores pueden formar alianzas o recurrir a estrategias de nichos. Aquí Sun Tzu nos advierte: (García nava & paredes Hernández, 2014, pág. 8)

“Si se efectúa un ataque en la proporción de 1 contra 10 hay que comparar, en primer lugar, la sagacidad y la estrategia de los generales contendientes...” (García nava & paredes Hernández, 2014, pág. 8)

– **Desventaja en costos independientemente de la escala:** Sería el caso cuando compañías establecidas en el mercado tienen ventajas en costos que no pueden ser emuladas por competidores potenciales independientemente de cual sea su tamaño y sus economías de escala. Esas ventajas podrían ser las patentes, el control sobre fuentes de materias primas, la localización geográfica, los subsidios del gobierno, su curva de experiencia. Para utilizar esta barrera la compañía dominante utiliza su ventaja en costos para invertir en campañas promocionales, en el rediseño del producto para evitar el ingreso de sustitutos o en nueva tecnología para evitar que la competencia cree un nicho. (García nava & paredes Hernández, 2014, pág. 8)

– **Acceso a los canales de distribución:** En la medida que los canales de distribución para un producto estén bien atendidos por las firmas establecidas, los nuevos competidores deben convencer a los distribuidores que acepten sus productos mediante reducción de precios y aumento de márgenes de utilidad para el canal, compartir costos de promoción del distribuidor, comprometerse en mayores esfuerzos promocionales en el punto de venta, etc., lo que reducirá las utilidades de la compañía entrante. Cuando no es posible penetrar los canales de distribución existentes, la compañía entrante adquiere a su costo su propia estructura de distribución y aún puede crear nuevos sistemas de distribución, y apropiarse de parte del mercado. (García nava & paredes Hernández, 2014, pág. 8)

– **Política gubernamental:** Las políticas gubernamentales pueden limitar o hasta impedir la entrada de nuevos competidores expidiendo leyes, normas y requisitos. Los gobiernos fijan, por ejemplo, normas sobre el control del medio ambiente o sobre los requisitos de calidad y seguridad de los productos que exigen grandes inversiones de capital o de sofisticación tecnológica, y que además alertan a las compañías existentes sobre la llegada o las intenciones de potenciales contrincantes. En la actualidad, la tendencia es a la desregularización, a la eliminación de subsidios y de barreras arancelarias, a concertar con los influyentes grupos de interés político y económico supranacionales y, en general, a navegar en un mismo océano económico donde los mercados financieros y los productos están cada vez más entrelazados. (García nava & paredes Hernández, 2014, pág. 8)

2.2.2. Estrategias Financiera:

Es la parte del proceso de planificación y gestión estratégica de una organización, que se relaciona directamente con la obtención de los recursos requeridos para financiar las operaciones del negocio y con su asignación en alternativas de inversión que contribuyan al logro de los objetivos esbozados en el plan, tanto en el corto como en el mediano y largo plazo (...) son decisiones financieras en planeación y control de alto nivel; de suma importancia para la vida de la empresa y determinantes para la consecución de recursos y objetivos a largo plazo. (Sanchez Vilorio, 2012), Pag.6 par 27-29

Para (Villareal Reyes, s.f.)La estrategia financiera empresarial, debe estar concebida en dos momentos, que se interrelacionan mutuamente: La planeación y el control. En primera instancia se debe considerar en el marco que ésta se manifiesta dentro de la estrategia empresarial; y después evaluar los resultados económico-financieros actuales de manera de corregirlo en la planeación a través de un plan de acción. Pág. 2, par 2

Siguiendo con (Villareal Reyes, pag 7, par 22) nos menciona que: “La estrategia financiera de una organización consiste en las acciones combinadas que ha emprendido la dirección y que pretende para lograr los objetivos financieros y luchara por la misión de la organización. Una estrategia es la mejor manera de conseguir la inversión (los recursos económicos) necesaria para generar el negocio o para expandir ya sea con recursos de potenciales accionistas o recursos de entidades, incluyéndome la forma de pago que mejor satisfaga al negocio. Dentro de la estrategia financiera se incluyen los costos y precios de venta que harán del negocio un éxito;Thompson & Strickland (2004: 10-12)”.

2.2.2.1 Elementos de la Estrategia Financiera

Según (Van Horne, 1993) , la estrategia financiera comprende tres decisiones fundamentales que las organizaciones deben considerar: inversión, financiamiento y dividendos. Cada una de éstas debe relacionarse con los objetivos de la

organización; la combinación óptima de las tres maximizará el valor de la organización para los accionistas.

2.2.1. Principales Estrategias Financieras de las Empresas.

Según (Villareal Reyes, pag 8, par 23), las principales estrategias financieras de las empresas son: Largo plazo y Corto Plazo

Según (Villareal Reyes) las Estrategias Financieras a Largo Plazo son:

– Sobre la inversión:

Generalmente, cuando la empresa se propone una estrategia ofensiva o de reorientación, incluso, en ocasiones defensiva, entonces es muy probable que las decisiones sobre la inversión apunten hacia el crecimiento. (Villareal Reyes, Par 23)

El crecimiento interno de cada empresa u organización, obedece a la necesidad de ampliar el negocio como consecuencia de que la demanda ya es mayor que la oferta, o por el hecho de haber identificado la posibilidad de nuevos productos y/o servicios que demanden la ampliación de la inversión actual, o sencillamente porque los costos actuales afectan la competitividad del negocio. (Villareal Reyes, Par 24).

– Sobre la estructura financiera:

La definición de la estructura de financiamiento permanente de la empresa deberá definirse en correspondencia con el resultado económico que ésta sea capaz de lograr. (...) cabe destacar que las estrategias al respecto apuntan directamente hacia el mayor o menor riesgo financiero de la empresa, por lo que en la práctica, en muchas ocasiones se adoptan estrategias más o menos arriesgadas en dependencia del grado de aversión al riesgo de los inversores y administradores, o simplemente como consecuencia de acciones que conllevan al mayor o menor endeudamiento, o sea, no a priori o elaboradas, sino resultantes. (Villareal Reyes, Par 29).

– Sobre la retención y/o reparto de utilidades:

Las empresas definen su estrategia de retención y/o reparto de utilidades conforme a determinados aspectos, entre los que pueden mencionarse: la posibilidad del acceso a préstamos a largo plazo para financiar nuevas inversiones, la posibilidad de los dueños de alcanzar mayor retribución en una inversión alternativa, el mantenimiento del precio de las acciones en los mercados financieros en el caso de las sociedades por acciones, entre otros aspectos. Este tipo de estrategia se encuentra estrechamente vinculada a la de estructura financiera, pues esta decisión tiene un impacto inmediato sobre el financiamiento permanente de la empresa, y provoca consecuentemente, variaciones en la estructura de las fuentes permanentes. (Villareal Reyes, Par 33-34).

Según (Villareal Reyes) las Estrategias Financieras a Corto Plazo son:

– **Sobre el capital de trabajo:**

El capital de trabajo de la empresa está conformado por sus activos circulantes o corrientes, entendiéndose por administración del capital de trabajo a las decisiones que involucran la administración eficiente de éstos, conjuntamente con el financiamiento corriente o pasivo circulante (...) obedecen al criterio de selección del axioma central de las finanzas modernas, a saber, la relación riesgo – rendimiento. En tal sentido, existen tres estrategias básicas: agresiva, conservadora e intermedia. (Villareal Reyes, Par 37-39)

– **Sobre el financiamiento corriente:**

El financiamiento corriente de la empresa, llamado el pasivo circulante, está compuesto por fuentes espontáneas (cuentas y efectos por pagar, salarios, sueldos, impuestos y otras retenciones derivadas del normal funcionamiento de la entidad), así como por fuentes bancarias y extra bancarias (representadas por los créditos que reciben las empresas provenientes de bancos y de otras organizaciones), reporta un costo financiero que en dependencia de la fuente se presenta de forma explícita o no. (Villareal Reyes, Par 44).

– **Sobre la gestión del efectivo:**

Las decisiones sobre el efectivo de la empresa, por su importancia en el desempeño, generalmente se establecen las políticas que deberán seguirse con los factores condicionantes de la liquidez de la empresa, a saber, los inventarios, los cobros y los pagos. (Villareal Reyes, Par 48).

En tal sentido, las acciones fundamentales con relación al efectivo son:

- “Reducir el inventario tanto como sea posible, cuidando siempre no sufrir pérdidas en venta por escasez de materias primas y/o productos terminados”. (Villareal Reyes, Par 49).
- “Acelerar los cobros tanto como sea posible sin emplear técnicas muy restrictivas para no perder ventas futuras”. (Villareal Reyes, Par 50).
- “Retardar los pagos tanto como sea posible, sin afectar la reputación crediticia de la empresa, pero aprovechar cualquier descuento favorable por pronto pago”. (Villareal Reyes, Par 51).

2.2.3. RENTABILIDAD

Definición

Según, (Sánchez Ballesta, 2002) “Rentabilidad es una noción que se aplica a toda acción económica en la que se movilizan unos medios, materiales, humanos y financieros con el fin de obtener unos resultados. En la literatura económica, aunque el término rentabilidad se utiliza de forma muy variada y son muchas las aproximaciones doctrinales que inciden en una u otra faceta de la misma, en sentido general se denomina rentabilidad a la medida del rendimiento que en un determinado periodo de tiempo producen los capitales utilizados en el mismo. Esto supone la comparación entre la renta generada y los medios utilizados para obtenerla con el fin de permitir la elección entre alternativas o juzgar la eficiencia de las acciones realizadas, según que el análisis realizado sea a priori o a posteriori” Pág. 2.

Nos informa, (Zamora Torres, 2008) que rentabilidad es la relación que existe entre la utilidad y la inversión necesaria para lograrla, ya que mide tanto la

efectividad de la gerencia de una empresa, demostrada por las utilidades obtenidas de las ventas realizadas y utilización de inversiones, su categoría y regularidad es la tendencia de las utilidades (...). Par 2.

Según, (Crece Negocios, finanzas de empresa, 2012), "(...) un índice que mide la relación entre la utilidad o la ganancia obtenida, y la inversión o los recursos que se utilizaron para obtenerla." Par 2.

Niveles de Análisis de la rentabilidad empresarial

Según, (Sánchez Ballesta, 2002) Aunque cualquier forma de entender los conceptos de resultado e inversión determinaría un indicador de rentabilidad, el estudio de la rentabilidad en la empresa lo podemos realizar en dos niveles, en función del tipo de resultado y de inversión relacionada con el mismo que se considere: Pág. 4.

"Primer nivel de análisis conocido como rentabilidad económica o del activo, en el que se relaciona un concepto de resultado conocido o previsto, antes de intereses, con la totalidad de los capitales económicos empleados en su obtención, sin tener en cuenta la financiación u origen de los mismos, por lo que representa, desde una perspectiva económica, el rendimiento de la inversión de la empresa". Pág. 4, par 4.

"Segundo nivel, la rentabilidad financiera, en el que se enfrenta un concepto de resultado conocido o previsto, después de intereses, con los fondos propios de la empresa, y que representa el rendimiento que corresponde a los mismos". (Sánchez Ballesta Pág. 4)

2.2.3.1. Rentabilidad Económica:

Para, (Sanchez Segura, 1994) "tiene por objetivo medir la eficacia de la empresa en la utilización de sus inversiones, comparando un indicador de beneficio (numerador del ratio) que el activo neto total, como variable descriptiva

de los medios disponibles por la empresa para conseguir aquellos (denominador del ratio). Llamando RN al resultado neto contable, AT al activo neto total y RE a la rentabilidad económica, (...). Pág. 161.

Según, (Sánchez Ballesta, 2002) “(...) la rentabilidad económica sea considerada como una medida de la capacidad de los activos de una empresa para generar valor con independencia de cómo han sido financiados, lo que permite la comparación de la rentabilidad entre empresas sin que la diferencia en las distintas estructuras financieras, puesta de manifiesto en el pago de intereses, afecte al valor de la rentabilidad”. Pág. 5.

(Actualidad Empresarial, 2006), La rentabilidad económica mide la capacidad de los activos de una empresa para generar valor, independientemente de cómo hayan sido financiados y de las cuestiones fiscales. Una rentabilidad económica pequeña puede indicar: exceso de inversiones en relación con la cifra de negocio, ineficiencia en el desarrollo de las funciones de aprovisionamiento, producción y distribución, o un inadecuado estilo de dirección. Pág. 4.

Calculo de la Rentabilidad Económica

Para (Espinoza Salas) considera la siguiente Formula:

$$\text{Rentabilidad Económica} = \frac{\text{Beneficio antes de impuestos y Tributos}}{\text{Activo Total}}$$

“El ratio de rentabilidad económica también es denominado ROI (del inglés Return on Investments, rentabilidad de las inversiones)”. (Espinoza Salas - David, pág., 1)

Cuando más elevado sea esta ratio, mejor, porque indicará que se obtiene más productividad del activo. (Espinoza Salas - David, pág. 1)

La fórmula de cálculo es la siguiente:

$$\text{ROI} = (\text{BAII}) / \text{Activo neto} \times 100$$

La rentabilidad económica puede ser descompuesta en dos ratios más, que permiten simplificar el proceso de la interpretación en el análisis. Estas dos ratios individuales son la rotación del activo y el margen operativo.

$$\text{ROI} = \text{BII} / \text{VENTAS} \times \text{VENTAS} / \text{ACTIVO NETO}$$

Donde:

$$\text{BII} / \text{VENTAS} = \text{MARGEN OPERATIVO}$$

$$\text{VENTAS} / \text{ACTIVO NETO} = \text{ROTACION DEL ACTIVO}$$

“El ratio de rentabilidad económica también es denominado ROI (del inglés return on investments rentabilidad de las inversiones)”. (Espinoza Salas - David, pág. 1)

“Cuando más elevado sea este ratio, mejor, porque indicará que se obtiene más productividad del activo”. (Espinoza Salas - David, pág., 1)

Esta rentabilidad económica (rendimiento del activo) puede compararse con el coste medio de la financiación. Si se cumple la siguiente condición:

“Rentabilidad económica > Coste medio de la financiación”. (Espinoza Salas - David, pág. 1)

“Significa que el beneficio de la empresa es suficiente para atender el coste de la financiación”. (Espinoza Salas - David, pág. 1)

2.2.3.2. **Rentabilidad Financiera:**

Según (Sanchez Vilorio, 2012) La rentabilidad financiera o de los fondos propios, denominada en la literatura anglosajona return on equity (ROE), es una medida, referida a un determinado periodo de tiempo, del rendimiento obtenido por esos capitales propios, generalmente con independencia de la distribución del

resultado... también puede considerarse una medida de rentabilidad más cercana a los accionistas o propietarios que la rentabilidad económica... Además, en La rentabilidad financiera se puede contemplar la estructura financiera de la empresa (en el concepto de resultado y en el de inversión), viene determinada tanto por los factores incluidos en la rentabilidad económica como por la estructura financiera consecuencia de las decisiones de financiación. Pág. 10.

Para (Espinoza, D. & Prieto, G.), pág.1 “La rentabilidad financiera es, para las empresas con ánimo de lucro, la ratio más importante, ya que mide el beneficio neto generado en relación a la inversión de los propietarios de la empresa”.

-Cálculo de la rentabilidad financiera

“Este ratio también se denomina ROE (del inglés return on equity, rentabilidad del capital propio)”. (Espinoza D. & Prieto G, Pág.1)

Según (Amondarain Arteche, Zubiaur Etcheverry , & Caraballo Esteban, 2013), pág. 5. “(...) La perspectiva financiera de la rentabilidad, la cual será del máximo interés para los accionistas y para la empresa. En el primer caso para tomar sus decisiones de inversión en la empresa, en el segundo, para disponer de un criterio para tomar decisiones sobre el modelo de financiación que implique, en su caso una mejora en la rentabilidad de los recursos propios, si bien tal decisión afectara por otros aspectos relevantes como, por ejemplo, la solvencia de la empresa”.

2.2.3.3. Relación entre Rentabilidad Económica y Financiera

La relación entre ambos tipos de rentabilidad vendrá definida por el concepto conocido como apalancamiento financiero, que, bajo el supuesto de una estructura financiera en la que existen capitales ajenos, actuará como amplificador de la rentabilidad financiera respecto a la económica siempre que esta última sea

superior al coste medio de la deuda, y como reductor en caso contrario.(Sánchez Ballesta Juan, 2002, Pág 4-5)

Utilidad Bruta

“(..) la utilidad bruta es la diferencia entre el producto neto de las ventas y el costo de las mismas. Por lo tanto, la utilidad bruta es el resultado de la combinación de dos elementos –volumen y precio– que constantemente están sujetos a cambios que influyen en definitiva sobre el importe de la utilidad generada. (Ferrer Quea, 2009), p 196, par 6.

Utilidad Neta:

Según (Méndez Villanueva) La utilidad neta es “el valor residual de los ingresos de una entidad lucrativa, después de haber disminuido sus costos y gastos relativos reconocidos en el estado de resultados siempre que estos últimos sean menores a dichos ingresos, durante un periodo contable; en caso contrario, es decir, cuando los costos y gastos sean superiores a los ingresos, la resultante es una pérdida neta”. Pág. 99.

Para, (Crece Negocios, 2012)”La utilidad neta también llamada utilidad del ejercicio o *ingresos netos* es la ganancia o pérdida obtenida por la empresa; se obtiene a partir de la diferencia entre la utilidad antes de impuestos y los impuestos”. Par 17.

Calculo de la Utilidad Neta:

La utilidad neta se calcula de la siguiente manera:

Ventas

- Costo de mercadería vendida
<hr/>
Utilidad Bruta
- Gastos
<hr/>
Utilidad operativa
+ Otros ingresos
- Otros gastos
- Impuestos
<hr style="border-top: 3px double #000;"/>
UTILIDAD NETA

2.2.3.4. Interpretación de los Ratios de Liquidez y Rentabilidad de la Empresa.

Según, (Arcoraci Eliana, P 1, par 1), “Los Ratios resultan de gran utilidad para los Directivos de cualquier empresa, para el Contador y para todo el personal económico de la misma por cuanto permiten relacionar elementos que por sí solos no son capaces de reflejar la información que se puede obtener una vez que se vinculan con otros elementos, bien del propio estado contable o de otros estados, que guarden relación entre sí directa o indirectamente, mostrando así el desenvolvimiento de determinada actividad”.

Continuado, (Arcoraci Eliana, P 1, par 2), nos dice que “Los Ratios, constituyen una herramienta vital para la toma de decisiones. Sirven para obtener un rápido diagnóstico de la gestión económica y financiera de una empresa. Cuando se comparan a través de una serie histórica permiten analizar la evolución de la misma en el tiempo, permitiendo análisis de tendencia como una de las herramientas necesarias para la proyección Económico – Financiera”. (Arcoraci)

Según (Rodríguez Josefina, par 9) “(...) tratan de evaluar la cantidad de utilidades obtenidas con respecto a la inversión que las originó, ya sea considerando en su cálculo el activo total o el capital contable (Guajardo, 2002). Se

puede decir entonces que es necesario prestar atención al análisis de la rentabilidad porque las empresas para poder sobrevivir necesitan producir utilidades al final de un ejercicio económico, ya que sin ella no podrán atraer capital externo y continuar eficientemente sus operaciones normales”. (Rodríguez, s.f.)

- Ratios de Liquidez:

Según, (caballero Bustamante, par 4) nos dice que “Son aquéllos que miden la disponibilidad de recursos líquidos en la empresa para afrontar las obligaciones de corto plazo. Los más importantes son”.

a. Liquidez.

“También llamado de Liquidez Corriente o de Liquidez General, es el ratio más conocido en este aspecto”. (Caballero Bustamante, par 5)

“(…) la liquidez es la capacidad de un activo para convertirse en dinero. (Caballero Bustamante, par 6)

Dado que el activo corriente (o de corto plazo) está formado por los activos más líquidos con los que cuenta la empresa (caja y bancos, cuentas por cobrar comerciales, valores de fácil negociación y existencias), al compararlo con el pasivo corriente, este ratio revela la capacidad de la firma para cumplir con sus obligaciones inmediatas. (Caballero Bustamante, par 7)

Está dado por la expresión: (Caballero Bustamante).

$$\text{Liquidez} = \text{Activo Corriente} / \text{Pasivo}$$

Prueba Ácida:

Siguiendo con (Caballero Bustamante, par 18) nos informa “Este ratio, al igual que el anterior, en la evaluación de la liquidez, pero adoptando un mayor grado de exigencia, al tomar en cuenta únicamente las partidas más líquidas del activo corriente (caja y bancos, cuentas por cobrar comerciales y valores de fácil

negociación), dejando de lado las menos líquidas (existencias y gastos pagados por anticipado).

Se expresa: (Caballero Bustamante, par 18)

$$\text{Liquidez} = ((\text{Activo corriente} - \text{Existencia} - \text{gastos pagados por anticipado}) / \text{Pasivo corriente})$$

Capital de Trabajo:

A diferencia de los otros indicadores, este no se expresa como una razón, sino más bien como un saldo monetario, equivalente a la diferencia entre el Activo Corriente y el Pasivo Corriente. Cuanto más amplia es la diferencia, mayor es la disponibilidad monetaria de la empresa para llevar a cabo sus operaciones corrientes, luego de haber cubierto sus deudas de corto plazo. (Caballero Bustamante, par 21)

$$\text{Capital de trabajo} = \text{Activo Corriente} - \text{Pasivo Corriente}$$

Ratios de Rentabilidad

Se encargan de medir la ganancia generada por determinada variable, por ejemplo, el patrimonio, las ventas, los activos, el capital social, etc. Es decir, evalúan la utilidad neta producida por estos. (Caballero Bustamante, par 29)

Rentabilidad Patrimonial:

También llamado ROE (Return On Equity en inglés), es el más conocido en este aspecto. En su forma más simple, se expresa a través de la relación: (Caballero Bustamante, par 30)

$$\text{Rentabilidad Patrimonial} = \text{Utilidad (o pérdida) Neta} / \text{Patrimonio}$$

Tal como se infiere de la ecuación, este indicador muestra la cantidad de utilidad neta generada por cada sol invertido en la empresa como patrimonio. Evidentemente, la meta es que el indicador sea lo más alto posible, a través de la maximización de la utilidad. (Caballero Bustamante, par 31)

Pero hay una forma más precisa para el ROE. Si bien es muy parecida a la anterior, se diferencia de aquella en que deduce del patrimonio neto la utilidad o pérdida neta del ejercicio, con lo cual permite obtener un dato más ajustado a la realidad. Su notación es la siguiente: (Caballero Bustamante, par 29)

$$\text{Rentabilidad Patrimonial} = \frac{\text{Utilidad (o pérdida) Neta}}{\text{Patrimonio} - \text{utilidad (o pérdida) Neta}}$$

La rentabilidad patrimonial promedio obtenida por las principales empresas ha sido muy importante en los últimos años, superando claramente el 10%, nivel considerado más que aceptable. (Caballero Bustamante, par 32)

Rentabilidad de los Activos:

Esta ratio, también conocido como ROA (Return on Assets en inglés), toma en cuenta el aporte de los activos a las utilidades de la compañía. (Caballero Bustamante, par 38)

Cuanto más alto la ratio, más rentables son los activos. Una ratio elevada es sinónimo de activos muy eficientes y productivos, en tanto que uno bajo se asocia a la baja productividad o a la ineficiencia en su manejo. Las instalaciones sobredimensionadas, en las que se convive con una elevada capacidad instalada ociosa, son un claro ejemplo de esto último. Una empresa así tendrá, muy probablemente, una ratio modesta. (Caballero Bustamante, par 39)

Su notación es la siguiente:

$$\text{Rentabilidad de los Activos} = \text{Utilidad Neta} / \text{Activo Total}$$

Rentabilidad de las Ventas Netas:

Tal como los demás indicadores de rentabilidad, este, también conocido como Margen de Utilidad Neta, cuantifica el aporte de una determinada variable a las utilidades. En este caso, la variable aportante son las ventas. La ratio, pues, mide qué porcentaje de cada sol vendido se convierte en ganancia. (Caballero Bustamante, par 42)

Se expresa así:

$$\text{Rentabilidad de las Ventas Netas} = \text{Utilidad Neta} / \text{Ventas Netas}$$

Idealmente, cada sol vendido debería transformarse en un sol de utilidades. Pero sabemos que eso es imposible, pues las ventas tienen que hacer frente a una gran diversidad de costos. Entonces, uno de los objetivos debe ser minimizar los costos, procurando que la mayor parte posible de los ingresos por ventas se transforme en utilidades. (...). (Caballero Bustamante, par 43)

Margen Bruto:

Al igual que el indicador anterior, este cuantifica el aporte de las ventas netas, pero no sobre la utilidad neta, sino sobre la bruta (Ventas Netas - Costo de Ventas). (Caballero Bustamante, par 44)

Se denota de la siguiente forma: (Caballero Bustamante, par 44)

$$\text{Margen Bruto} = \text{Utilidad Bruta} / \text{Ventas Netas}$$

Continuando con (Caballero Bustamante, par 45) nos dice que, "Tal como

se deduce de la expresión matemática, aquí se evalúa la capacidad de las ventas para generar utilidad bruta, es decir, aquella utilidad de la primera parte del proceso productivo, anterior al costo de ventas. Cuanto más elevado sea el margen, más elevada será la capacidad de la empresa para cubrir sus costos operativos, establecer sus precios de venta y obtener una utilidad neta". (Caballero Bustamante)

2.2.4. Estado de Arte

Capital:

Según, (Economía, s.f.) "Se entiende por capital el conjunto de bienes producidos que sirven para producir otros bienes. Capital en sentido financiero es toda suma de dinero que no fue consumida por su propietario, sino que ha sido ahorrada y colocada en el mercado financiero, bien sea comprando acciones, obligaciones, Fondos Públicos, o bien haciendo imposiciones en entidades de depósito, etcétera, con la esperanza de obtener una renta posterior en forma de dividendos o intereses". Par 1.

Costo:

Según (Gomez, 2001), "El costo se define como el valor sacrificado para adquirir bienes o servicios mediante la reducción de activos o al incurrir en pasivos en el momento en que se obtienen los beneficios". Par 3.

Estado de situación Financiera:

Según (Grupo Ciclo & Gestion, 2013), "El Estado de Situación Financiera es un estado financiero básico que informa en una fecha determinada la situación financiera de la empresa y está estructurado por el Activo, Pasivo y Patrimonio. para el Estado (es una manera de conocer si los impuestos están siendo determinados correctamente), para los acreedores (para otorgar con seguridad créditos con los recursos que posee la compañía) y para los gerentes (permite decidir sobre la capacidad de endeudamiento de la empresa, acerca de la rotación tanto de inventarios como de las cuentas por cobrar, las medidas que tomarán para cumplir con las obligaciones a corto y largo plazo etc". Par 2.

Inversión:

“Inversión es un término económico que hace referencia a la colocación de capital en una operación, proyecto o iniciativa empresarial con el fin de recuperarlo con intereses en caso de que el mismo genere ganancia”. Según (Definición ABC, s.f.), Par 1.

Ratios financieras:

“También conocidos indicadores o índices financieros, son razones que nos permiten analizar los aspectos favorables y desfavorables de la situación económica y financiera de una empresa”. Según (Crece Negocios, s.f.), Par 1.

Rentabilidad:

Según (Gerencia, 2010), “La rentabilidad hace referencia al beneficio, lucro, utilidad o ganancia que se ha obtenido de un recuso o dinero invertido. La rentabilidad se considera también como la remuneración recibida por el dinero invertido, (...) En el mundo de las finanzas se conoce también como los dividendos percibidos de un capital invertido en un negocio o empresa. La rentabilidad puede ser representada en forma relativa (en porcentaje) o en forma absoluta (en valores)”. Par 1-3.

Utilidad:

Según (Finanzas, 2005) “Es la cualidad o capacidad que tienen los Bienes de satisfacer las necesidades humanas, sean éstas de cualquier naturaleza, de carácter individual o colectivo. En otras palabras, es la satisfacción que se deriva del Consumo de alguna cantidad de un Bien. El concepto de Utilidad en economía es totalmente subjetivo, no siendo posible medirlo objetivamente” Par 3.

La utilidad bruta:

También llamada margen de contribución es el resultado de la diferencia entre las ventas netas y el costo de ventas. (Crece Negocios, 2012, par 1)

Los impuestos:

También llamados impuestos a las utilidades o impuesto a la renta son los impuestos que debe tributar la empresa y que se aplican a las utilidades. Según (Crece Negocios, 2012), par 18.

La utilidad neta:

También llamada utilidad del ejercicio o ingresos netos es la ganancia o pérdida obtenida por la empresa; se obtiene a partir de la diferencia entre la utilidad antes de impuestos y los impuestos. Según (Crece Negocios, 2012), Par 19.

CAPÍTULO III

MARCO METODOLOGICO

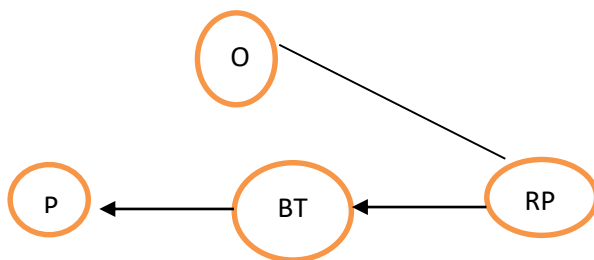
CAPITULO III MARCO METODOLOGICO

3.1. Tipo de investigación

El presente proyecto de investigación responde al tipo de estudio descriptiva – Explicativa, puesto que se describirá todos sus componentes principales, una realidad, en este caso la realidad que atraviesa la Empresa Marakos Grill SAC en cuanto a su rentabilidad y explicativa porque se tratara de explicar los factores que conllevan al decaimiento de la rentabilidad de la misma ya que estos analizan y estudian los hechos y fenómenos de la realidad después que ocurren en la entidad Marakos Grill SAC

3.2. Diseño de la investigación

El diseño de la investigación es descriptiva simple.



Leyenda:

O: Observación.

RP: Realidad Problemática

BT: Base Teóricas.

P: Propuestas

3.3 Hipótesis

Si se implementan Estrategias Financieras entonces mejorara la Rentabilidad de la Empresa Marakos Grill SAC Chiclayo

Variables

Esta investigación está conformada por dos variables, que a continuación identificamos en el título de la misma.

“Propuesta de Estrategias Financieras para mejorar la Rentabilidad de la Empresa Marakos Grill SAC - Chiclayo 2016”

Variable independiente: Estrategias Financieras

Variable dependiente: Rentabilidad

3.4. Operacionalización

VARIABLES	DIMENSION	INDICADORES	TECNICAS	INSTRUMENTOS
Variable independiente Estrategias Financieras	Eestrategias Financieras a Corto Plazo	La inversión La estructura financiera. La retención y/o reparto de utilidades Sobre el capital de trabajo	Entrevista	Guía de Entrevista
	Eestrategias Financieras a Largo Plazo	El financiamiento corriente Sobre la gestión del efectivo		
Variable dependiente Rentabilidad	Rentabilidad Económica	Financiación Gestión Empresarial	Entrevista	Guía de Entrevista
	Rentabilidad Financiera	Financiamiento Interno Financiamiento Externo		

3.5. Población y muestra

Población

Esta investigación poblacional está conformada por 30 integrantes de la Empresa Marakos SAC-2015

Muestra:

Se tomará como muestra a 2 integrantes que conforman la parte administrativa. (Contador y Administrador)

3.6. Métodos, técnicas e instrumentos de recolección de datos

Método de investigación:

Se aplicaron el Método descriptivo debido a que vamos a describir y analizar las estrategias financieras con respecto a su rentabilidad.

Se aplicaron el método inductivo, debido a que se observara e interpretar si existen diversos factores que afectan al desarrollo de las ventajas competitivas y rentables de la Empresa Marakos Grill SAC

3.6.1. Método descriptivo:

Según (wikipedia, 2017) también conocida como la investigación estadística, describe los datos y este debe tener un impacto en las vidas de la gente que le rodea, (...) tiene como propósito principal describir las características de objetos, personas, grupos, organizaciones o entornos, es decir tratar de “pintar un cuadro” de una situación. Esta metodología pretende determinar la percepción del cliente de las características del producto, de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren, esto es, su objetivo no es indicar cómo se relacionan estas. Par 1-2

Para (Morales, 2014) en las investigaciones de tipo descriptiva, llamadas también investigaciones diagnósticas, buena parte de lo que se escribe y estudia sobre lo social no va mucho más allá de este nivel. Consiste, fundamentalmente, en caracterizar un fenómeno o situación concreta indicando sus rasgos más peculiares o diferenciadores.

3.6.2. Método inductivo

Tal como manifiesta (Blaug, 1985):

Este enfoque inductivo de la ciencia...empezó a derrumbarse gradualmente en la segunda mitad del siglo XIX, bajo la influencia de los escritos de Ernst Mach, Henri Poincaré y Pierre Duhem, y a principios de nuestro siglo empezó a tomar una visión prácticamente opuesta en los trabajos del Círculo de Viena y de los pragmáticos americanos, de lo que surgió el modelo hipotético-deductivo de explicación científica. (Blaug, 1985, par 7)

(Novus, 1620, par 6) “nuevo método de lógica inductiva, llamado así para contraponerlo al Órganon aristotélico, basado de modo primordial en la silogística, en el cual describe los obstáculos que se oponen a un verdadero saber los cuales llama "ídola tribus" propios de la comunidad humana”. **Fuente especificada no válida.**

Según **Fuente especificada no válida.**: Los razonamientos que proceden desde un número finito de hechos específicos hasta una conclusión general, se llaman razonamientos inductivos, para distinguirlos de los razonamientos lógicos o deductivos. En los primeros las leyes generales son formuladas en un ámbito más amplio del que se parte, que es el ámbito de los hechos. (Chalmers, 2000, par 15).

3.6.2 Técnica:

En nuestra investigación empleamos las técnicas de la encuesta y entrevista.

3.6.2.1. Encuesta

Según **Fuente especificada no válida.**, “una encuesta consiste en reunir datos entrevistando a la gente”. PP 67

Para (**Fuente especificada no válida.**, pp 36).”Las encuestas obtienen información sistemáticamente de los encuestados a través de preguntas, ya sea personales, telefónicas o por correo”. Par 6.

Según (Naresh K, 2004 pp 57), las encuestas son entrevistas con un gran número de personas utilizando un cuestionario prediseñado. Según el mencionado autor, el método de encuesta incluye un cuestionario estructurado que se da a los encuestados y que está diseñado para obtener información específica. **Fuente especificada no válida.**

Para (Vazquez & Bello, 2005, pp 57), las encuestas son , “instrumentos de investigación descriptiva que precisan identificar a priori las preguntas a realizar, las personas seleccionadas en una muestra representativa de la población, especificar las respuestas y determinar el método empleado para recoger la información que se vaya obteniendo”. **Fuente especificada no válida.**

3.6.2.2. Entrevista

Para (Geocities.ws) , “La Entrevista es una técnica para obtener información que consiste en un diálogo entre dos personas: el investigador y el entrevistado, se realiza con el fin de obtener información, el entrevistado es una persona relevante para la investigación”. (Geocities.ws, par 6).

3.6.3. Instrumento:

Para este trabajo se utilizó como instrumentos el cuestionario y la guía de entrevista.

3.6.3.1. Cuestionario

La encuesta de cuestionario que “es una herramienta de observación que permite cuantificar y comparar la información. Es una lista de preguntas elaborada con el objeto de tener información. Esta información se recopila entre una muestra representativa de la población objeto de evaluación, emplearemos el cuestionario cerrado”. ((Definicion, 2008), par 1-5)

(Gestiopolis, 2002) “El cuestionario es un instrumento de recogida de datos de la encuesta, rigurosamente estandarizado, que operacionaliza las variables objeto de observación e investigación, por ello las preguntas de un cuestionario son los indicadores”. Par 7.

Según (Arias, 2004), el cuestionario es: “la modalidad de encuesta que se realiza de forma escrita mediante un instrumento o formato en papel contentivo de una serie de preguntas. Se le denomina cuestionario auto administrado porque debe ser llenado por el encuestado, sin intervención del encuestador.” Pag 72

3.6.3.2. Guía de entrevista

Según (Geocities.ws, par 7), “Es una lista de temas a tratar con cada entrevistado, para asegurarse de que los temas claves sean explorados. En tanto guía, sirve para que el entrevistado lleve un control del diálogo y lo que quiere forme parte del mismo”.

“El sondeo: se deben sondear los detalles de las experiencias de las personas y los significados que estas les atribuyen. Ese es el punto en que las entrevistas se apartan de las conversaciones cotidianas”. (Geocities.ws, par 8)

“El entrevistador no puede dar por sentados supuestos y comprensiones del sentido común que otras personas comparten, debe pedir continuamente que clarifiquen y elaboren lo que han dicho, incluso pareciendo ingenuos”. (Geocities.ws, par 9)

3.7. Procesamiento y Análisis e interpretación de datos.

Para esta investigación utilizaremos el programa informático PASW Statistics, que nos permitirá procesar de forma más sencilla la obtención de los resultados para una mejor interpretación.

Por lo tanto, dicha información estará plasmada en las tablas y figuras respectivamente.

3.8. Criterios éticos:

El presente trabajo de investigación ha sido desarrollado por la autora, logrando obtener información en la cual indicamos que hemos hecho con responsabilidad, veracidad prevaleciendo la honradez en el desarrollo de nuestro trabajo, excepto la información que hemos obtenido de las páginas web, como antecedentes que forman parte de nuestro trabajo de investigación, así mismo también recolectamos información de libros, revistas, periódicos, etc. de los autores que hacemos referencia en el presente trabajo.

Asimismo, logramos obtener información verídica y real que nos brindó la empresa Marakos Grill SAC.

3.9. Criterios de rigor científico

Según (Alcaez Moreno, Noreña, Rojas, & Rebolledo Malpica, 2012) nos dice que los criterios de Rigor son los siguientes:

- **Confidencialidad:** Los códigos de ética hacen énfasis en la seguridad y protección de la identidad de las personas que participan como informantes de la investigación. La confidencialidad se refiere tanto al anonimato en la identidad de las personas participantes en el estudio, como a la privacidad de la información que es revelada por los mismos, por tanto, para mantenerla se asigna un número o un pseudónimo a los entrevistados. (Alcaez Moreno, Noreña Rojas & Rebolledo Malpica, pág. 270)

- **Fiabilidad o consistencia:** La fiabilidad se refiere a la posibilidad de replicar estudios, esto es, que un investigador emplee los mismos métodos o estrategias de recolección de datos que otro, y obtenga resultados similares. (Alcaez Moreno, Noreña Rojas & Rebolledo Malpica, pág. 266)

- **Validez La validez:** concierne a la interpretación correcta de los resultados y se convierte en un soporte fundamental de las investigaciones cualitativas. (Alcaez Moreno, Noreña Rojas & Rebolledo Malpica, pág. 266)

- **Credibilidad:** También denominado como autenticidad, es un requisito importante debido a que permite evidenciar los fenómenos y las experiencias humanas, tal y como son percibidos por los sujetos. Se refiere a la aproximación que los resultados de una investigación deben tener en relación con el fenómeno observado, así el investigador evita realizar conjeturas a priori sobre la realidad estudiada. (Alcaez Moreno, Noreña Rojas & Rebolledo Malpica, pág. 267)

- **Confirmabilidad o reflexividad:** Denominado también neutralidad u objetividad, bajo este criterio los resultados de la investigación deben garantizar la veracidad de las descripciones realizadas por los participantes. (Alcaez Moreno, Noreña Rojas & Rebolledo Malpica, pág. 268)

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADO

4.2. Análisis de las Entrevistas

ANEXO Nº 2. GUIA DE ENTREVISTA.

UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPAN
PEMENTEL - CHICLAYO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA DE CONTABILIDAD

GUIA DE ENTREVISTA DIRIGIDA AL CONTADOR GENERAL DE LA EMPRESA MARAKOS GRILL SAC

Objetivo. Proponer Estrategias Financieras para mejorar la rentabilidad la empresa Marakos Grill SAC de Chiclayo - 2016

I.

II. **Instrucciones:** Estimado contador sírvase responder esta guía de entrevista, su opinión será valiosa para realizar esta investigación.

Hora: 10:22 A.M fecha: 19 / 09 / 16

III. **Ítems:**

ENTREVISTA AL ENCARGADO DEL AREA: CPC. VICTOR SANCHEZ MORI

1. **¿Ud. Cuánto tiempo tiene laborando para esta empresa?**

Tengo 20 años laborando para esta empresa, vengo laborando desde que se fundó la entidad, cuando era una bodega.

2. **¿Ud. ¿Se encarga de determinar los recursos que se requerir para conseguir las metas del beneficio económico?**

Si, conjuntamente con el administrador y el dueño de empresa, aunque en la mayoría de los casos se encarga el dueño de empresa el SR. Dongo, que es ingeniero industrial.

3. **¿Ud. Reúne información necesaria acerca de los costos de un bien que desea adquirir?**

No, no es una de mis funciones, de ver acerca de los costos se encarga otra área, el área de abastecimiento, quien es la encargada de realizar las

cotizaciones para ver cuál de ellas es la mejor opción, cuando tenemos más de 20 años laborado, se viene trabajando casi con los mismos proveedores.

4. ¿Considera Ud. que la capacidad de una empresa es dada por el poder de financiación?

Claro, puesto que una empresa al iniciar necesita sus movimientos siempre necesita de financiamiento para lograr sus objetivos, en el caso de Marakos al inicio solicitábamos consecutivamente prestamos, pero actualmente ya no requerimos financiar constantemente la empresa, debido que los ingresos son altos, y al posicionamiento del mercado, puesto que tenemos 20 años brindan servicios.

5. ¿Ud. es el encargado de ver los préstamos que necesita la entidad?

Bueno no en su totalidad, en concordancia con el administrador vemos cuando es necesario financiar la empresa

6. ¿Cuáles son las razones que los conllevan a financiar la empresa?

Mayormente es debido a que últimamente nuestros clientes no están pagando en la fecha indicada, lo cual no nos permite seguir con nuestras operaciones, y como esta empresa realiza las compras al contado, necesitamos de alguna forma financiarlos, asimismo también estamos financiando la empresa, debido a que se está construyendo un nuevo local para ampliar el negocio.

7. ¿En comparación a los ejercicios anteriores la rentabilidad de la empresa se ha incrementado, disminuido o se ha mantenido? ¿Comente?

Bueno la rentabilidad para el ejercicio pasado ha disminuido, debido a la separación que tuvieron los dueños, y eso conllevó separación de bienes, lo cual trajo como consecuencia la disminución de clientes, es por ello que la empresa ha disminuido en su rentabilidad.

8. ¿Qué medidas se está tomando para revertir esta situación?

Se está tratando de reducir los gastos operativos, un reajuste en los precios, se está dando promociones, para incrementar nuestras ventas.

9. ¿Aplican algún tipo de estrategias financieras que le permite mejorar la rentabilidad de la empresa?

No, se utiliza ningún tipo de estrategias financieras, debido que la empresa se casi siempre no se financiaba, debido que los dueños aumentaban el capital, asimismo porque sus ingresos de ventas son altos, y permiten el funcionamiento normal de la empresa, sin embargo, la empresa en estos últimos.

10. ¿Sus préstamos son a corto o largo plazo?

Mayormente los préstamos son a corto plazo

11. ¿La empresa ha recurrido a financiamiento externo?

No, se tiene pensado financiar externamente en el año 2016, debido que se está construyendo un nuevo locañ.

12. ¿A qué clase de financiamiento piensa recurrir en el 2016 obtener liquidez?

Bueno se piensa recurrido a la entidad bancaria, Banco de Crédito de la Peru

13. ¿Ha evaluado varias opciones de entidades bancarias para financiar la entidad? ¿Comente?

Bueno, no se ha evaluado varias entidades, como para decir cuál es de ellas es la más rentable, solo se evaluara a tres entidades bancarias, entre las que son Continental, Banco de Crédito y al banco financiero.

14. ¿Ud. ha evaluado los riesgos a los cuales se puede enfrentar la entidad?

Sí, pero estos riesgos se minimizan con los ingresos de ventas.

15. ¿Ud. Considera que la inversión del dueño ayuda al desenvolvimiento económico de la empresa?

Claro, como le mencionaba anteriormente, la empresa se financia en su 70% del capital de los dueños, lo cual es beneficioso para la entidad y otra es por sus elevados ingresos de sus ventas.

16. ¿Su trabajo es realizado en coordinación con los directivos de la empresa?

Si, mayormente con el administrador de la empresa.

17. ¿Ud tiene sus libros contables se encuentran actualizados?

Si, se cuenta con los libros al día, de eso se encarga mi asistente.

ANÁLISIS DE LA ENTREVISTA DIRIGIDA AL CONTADOR DE LA EMPRESA MARAKOS GRILL DE CHICLAYO

Según manifiesta el contador tiene 20 años laborando para la empresa Marakos, desde que se fundó la entidad, cuando aún era una bodega; Asimismo los que determinan el requerimiento de los recursos que se requerirán para conseguir las metas del beneficio económico son el administrador y los propietarios de la entidad, conjuntamente con él, aunque en la mayoría de los casos se encarga el dueño de empresa el SR. Dongo.

Por otro lado, la información necesaria acerca de los costos de un bien que se desea adquirir no es una de sus funciones, de los costos se encarga otra área, el área de abastecimiento, quien es la encargada de realizar las cotizaciones para ver cuál de ellas es la mejor opción, además como la entidad tiene más de 20 años laborado, se viene trabajando casi con los mismos proveedores.

También Considera que la capacidad de una empresa es dada por el poder de financiación, puesto que una empresa al iniciar necesita realizar movimientos, para lo cual siempre necesita de financiamiento para lograr sus objetivos, en el caso de Marakos al inicio solicitaban consecutivamente prestamos, pero actualmente ya no requirieren continuamente financiar la empresa, debido que los ingresos son altos y al posicionamiento del mercado, puesto que tenemos 20 años brindan servicios. De tal forma nos comenta que no es el encargado en su totalidad de ver los préstamos que se necesita, de eso se encarga mayormente el administrador, por consiguiente, las razones que conllevaran a financiar externamente es principalmente a que se está construyendo un local.

En cuanto a la rentabilidad para ejercicios anteriores han disminuido, esto se debe esencialmente a la separación que tuvieron los dueños, y eso conllevó separación de bienes, lo cual trajo como consecuencia la disminución de clientes, es por ello que la empresa ha disminuido en su rentabilidad; con la finalidad de revertir esta situación se está tratando de reducir los gastos operativos, un reajuste en los precios, se está dando promociones, para incrementar las ventas.

En lo referente a las estrategia financieras no se utiliza ningún tipo de estrategias financieras, debido que la empresa en los últimos años solo se ha financiado una vez, el financiamiento ya no es constante, como se realizaba en los primeros años, esto se debe al incremento de ventas y al posicionamiento de la entidad, se considera para el año 2016 financiar externamente la entidad con préstamos que serán a largo plazo, de tal manera piensan recurrir a la entidad bancaria del Banco de Crédito del Perú, cabe indicar que la entidad no ha evaluado varias opciones de financiamiento para ver cuáles de ellas es más rentable.

Por otro lado, Considera que la inversión del dueño ayuda al desenvolvimiento económico de la empresa, debido que con el financiamiento de capital de los propietarios ya no se recurren a préstamos, por lo cual ya no se generan gastos financieros.

ANEXO Nº 2. GUIA DE ENTREVISTA.

UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPAN
PEMENTEL - CHICLAYO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA DE CONTABILIDAD

GUIA DE ENTREVISTA DIRIGIDA AL ADMINISTRADOR DE LA EMPRESA MARAKOS GRILL SAC

Objetivo. Proponer Estrategias Financieras para mejorar la rentabilidad la empresa Marakos Grill SAC de Chiclayo – 2016

IV. Instrucciones: Estimado contador sírvase responder esta guía de entrevista, su opinión será valiosa para realizar esta investigación.

Hora: 10:22 A.M fecha: 19 / 09 / 16

V. Ítems:

ENTREVISTA AL ENCARGADO DEL AREA: JUAN CARLOS AVALOS SANCHEZ

1. Ud. Que tiempo tiene laborando para la empresa?

Bueno, para esta empresa tengo 2 años laborando, pero conozco bastante del negocio, debido que el negocio es de mis padres, por ende, estado inmerso a la realidad de la empresa.

2. ¿Ud. Bajo qué forma de pago adquiere la mercadería de la empresa?

Bueno en estos años que tengo a cargo la empresa financio las compras al contado, anteriormente se financiaba al crédito.

3. ¿Considera Ud. que la capacidad de una empresa es dada por el poder de financiación?

¡Claro! Al inicio se financiaba mediante financiamiento externo, ya cuando la empresa ha tenido más estabilidad económica, como posicionamiento en el mercado, se ha dejado de lado financiar la empresa, más se utiliza la retención de utilidades para incrementar el capital, así mismo también las ventas ayudan mucho a incrementar nuestros ingresos.

4. ¿Cuáles son los cambios más efectivos para mejorar los ingresos económicos de la empresa Marakos?

Bueno, desde mi perspectiva serían los siguientes:

Estar al tanto de cuáles son las necesidades del público al que se quiere llegar, asimismo también mejorar los precios y calidad de los productos que se van a ofrecer, una clave muy importante estar informado de lo que sucede para poder tomar decisiones.

5. ¿Usted ha desarrolla para la empresa estrategias financieras para mejorar su rentabilidad?

No, necesariamente

6. ¿Cómo califica Ud. las estrategias adoptadas para obtener una buena rentabilidad?

Bueno las estrategias que han utilizado son buenas ya que han aportado al crecimiento rentable de la empresa.

7. ¿Ud. ¿Para minimizar el riesgo de inversión utiliza la diversificación de cartera? ¿comente?

La empresa no utiliza esa estrategia de diversificación de carteras para minimizar los riesgos de inversión, debido que aún no lo considero pertinente.

8. ¿Ud. Cuenta con un área de finanzas o alguna área que se encargue de ver estrategias financieras que ayuden a mejorar la rentabilidad de la empresa?

No, no es de sus funciones, pero el contador se encarga de dar algunas opciones de financiamiento como se cree conveniente.

9. ¿Quiénes intervienen en la toma de decisiones para mejorar la calidad del servicio?

Bueno, intervienen los propietarios y la administración; en algunas ocasiones interviene el contador.

10. ¿Qué cantidad de comensales tiene en la empresa?

Bueno un aproximado de 200 personas diarias, pero los fines de semana son cuando incrementa la cifra de personas.

11. ¿Cuáles son los días que hay más comensales en la empresa?

Mayormente viernes, sábado y domingo; esos son los días donde la empresa tiene más clientes, pero el día más central es el día sábado.

12. ¿El local que utilizan para sus brindar sus servicios es suficiente para albergar a todas las personas que requieran el servicio?

Bueno, anteriormente si era suficiente, pero actualmente ya no, cada vez tenemos más clientes, al ver esta situación, se está construyendo un segundo piso, para albergar más clientes.

13. ¿Cree Ud. que el comensal influye en las decisiones de la empresa?

Postpuesto que sí, porque depende de ellos que la empresa siga surgiendo, así mismo de las necesidades y requerimiento de ellos es que toman en cuenta las decisiones para así efectuar los cambios en el servicio de la empresa, cabe mencionar también que cuanto más cliente tengamos más crece económicamente la empresa, y ese es el principal objetivo de nuestra empresa, como creo q son de las entidades privadas, generar lucro, además.

14. ¿Ud. ha pensado en la posibilidad de fusionar su empresa?

Si, en algunas ocasiones para incrementar más la rentabilidad de la empresa.

ANALISIS DE ENTREVISTA DIRIGIDA AL ADMINISTRADOR DE LA EMPRESA MARAKOS GRILL DE CHICLAYO

El administrador manifiesta que tiene 2 años laborando, pero conoce bastante el rubro de la empresa, debido que el negocio es de sus padres, por ende estado inmerso a la realidad de la empresa, así mismo para mejorar la rentabilidad es necesario conocer cuáles son las necesidades del público al que se quiere llegar, también mejorar los precios y calidad de los productos que se van a ofrecer, una clave muy importante es estar informado de lo que sucede para poder tomar decisiones, Por otro lado actualmente la mercadería se adquiere al contado, anteriormente se financiaba al crédito, de tal manera considera que la capacidad de una empresa es proporcionada por el poder de financiación, puesto que toda entidad necesita comenzar con capital su negocio y casi la mayoría de los casos se financia externamente, como fue el caso de Marakos al inicio, se financiaba mediante financiamiento externo, actualmente ya no se financia debido que tiene más estabilidad económica, como posicionamiento en el mercado, además más se utiliza el La retención de utilidades para incrementar el capital, y por último el incremento de sus venta lo cual genera aumento en sus ingresos.

El administrador expresó que no se utiliza estrategias financieras para mejorar su rentabilidad, de tal forma considera a las estrategias usadas han sido buenas, pues han aportado al crecimiento rentable de la empresa, así mismo la empresa no minimiza el riesgo de inversión puesto que nos comenta que no utiliza la diversificación de cartera, pues no lo cree conveniente, por otro lado nos comenta que no cuentan con una área de finanzas o alguna persona encarga de ver estrategias financieras que ayuden a mejorar la rentabilidad, en ocasiones lo realiza el contador; además en el proceso de las toma de decisiones solo intervienen los propietarios y la administración; en algunas ocasiones interviene el contador.

Se supo también que la capacidad de clientes que tiene el restaurant es de 200 personas diarias, pero esta cantidad se incrementa los fines de semana son cuando incrementa la cifra de personas, en especial los sábados, es por ello que también se sabe que la empresa siga en funcionamiento o no, por otro lado depende de las necesidades y requerimiento de ellos es que toman en cuenta las decisiones para así efectuar los cambios en el servicio de la empresa, debido al

incremento de clientes es que se está construyendo un nuevo local para abastecer a todos los clientes.

El administrador en ocasiones para incrementar más su rentabilidad piensa en fusionar su empresa.

ANALISIS FINANCIERO DE LA EMPRESA MARAKOS GRILL SAC

En el presente análisis se tomarán los porcentajes y sus partidas del estado de situación.

TOTAL ACTIVO

El total de activo aumento S/ 679 que equivale al 0.36%, porque su saldo del año 2014 fue de S/ 34845 y del 2015 es de S/ 35524. Donde del 100% solo el 38.81 % y 21.40 % le corresponde al activo corriente para el año 2013 y 2014, por lo tanto, el 75.66% y 75.30% le corresponde al activo no corriente para el año 2013 y 2014 consecutivamente.

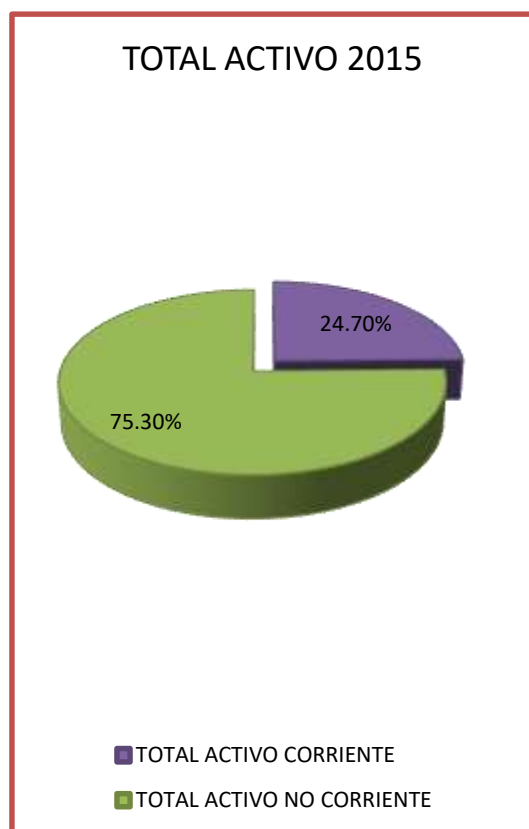


Grafico 2: fuente Estados Financieros

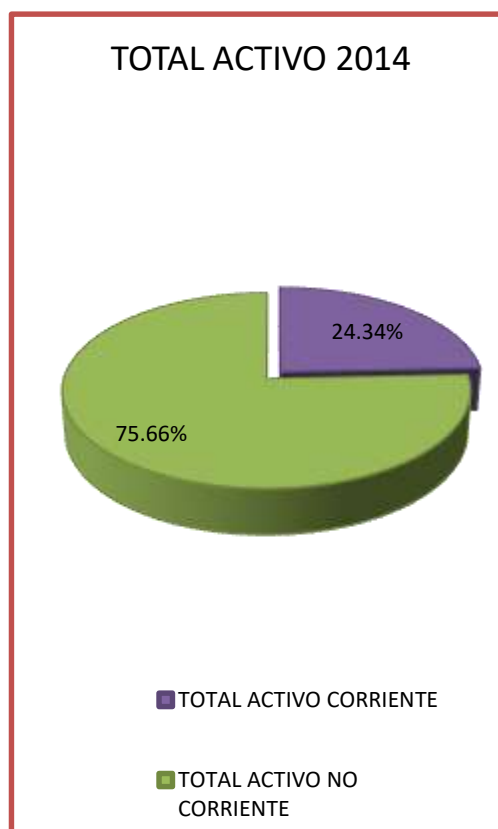


Grafico 1: fuente Estados Financieros

ACTIVO CORRIENTE:

Efectivo y equivalentes de efectivo el cual representa un aumento de 146 B nuevos soles que equivale al 0.06%, ya que para el año 2014 fue de 12,816.00 nuevos soles y para el año 2015 fue de 12,962.00 nuevos soles.

Otras cuentas del activo corriente el cual representa un aumento de 313 nuevos soles que equivale al 0.17%, ya que para el año 2014 fue de 6,500.00 nuevos soles y para el año 2015 fue de 15,842.00 nuevos soles.

La cuenta de existencias representa un aumento de 220 nuevos soles que equivale al 0.13%, ya que para el año 2014 fue de 15,529.00 nuevos soles y para el año 2015 fue de 6,720.00 nuevos soles.

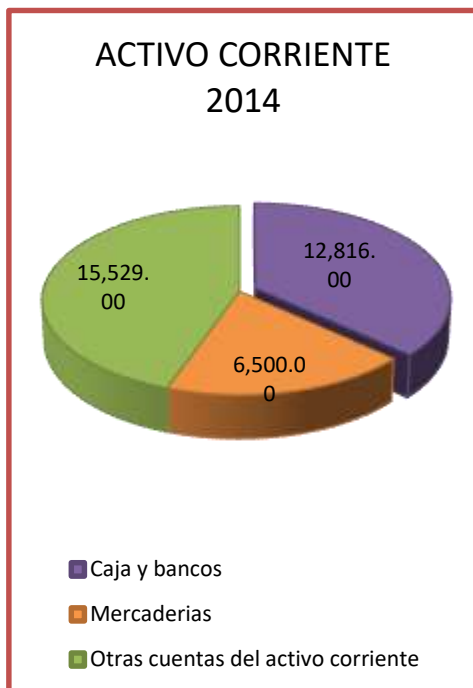


Grafico 4: fuente Estados Financieros

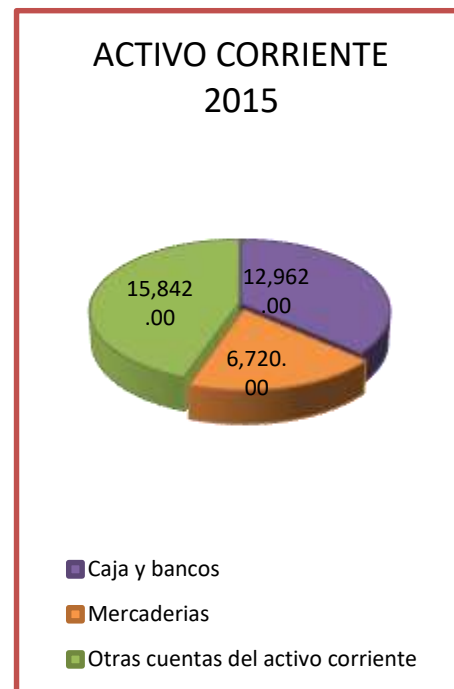


Grafico 3: fuente Estados Financieros

ACTIVO NO CORRIENTE

Propiedades, Planta y Equipo no tuvo ninguna variación, debido que el año 2014 fue de 108 305 nuevos soles y para el año 2015 fue de 108 305 nuevos soles.

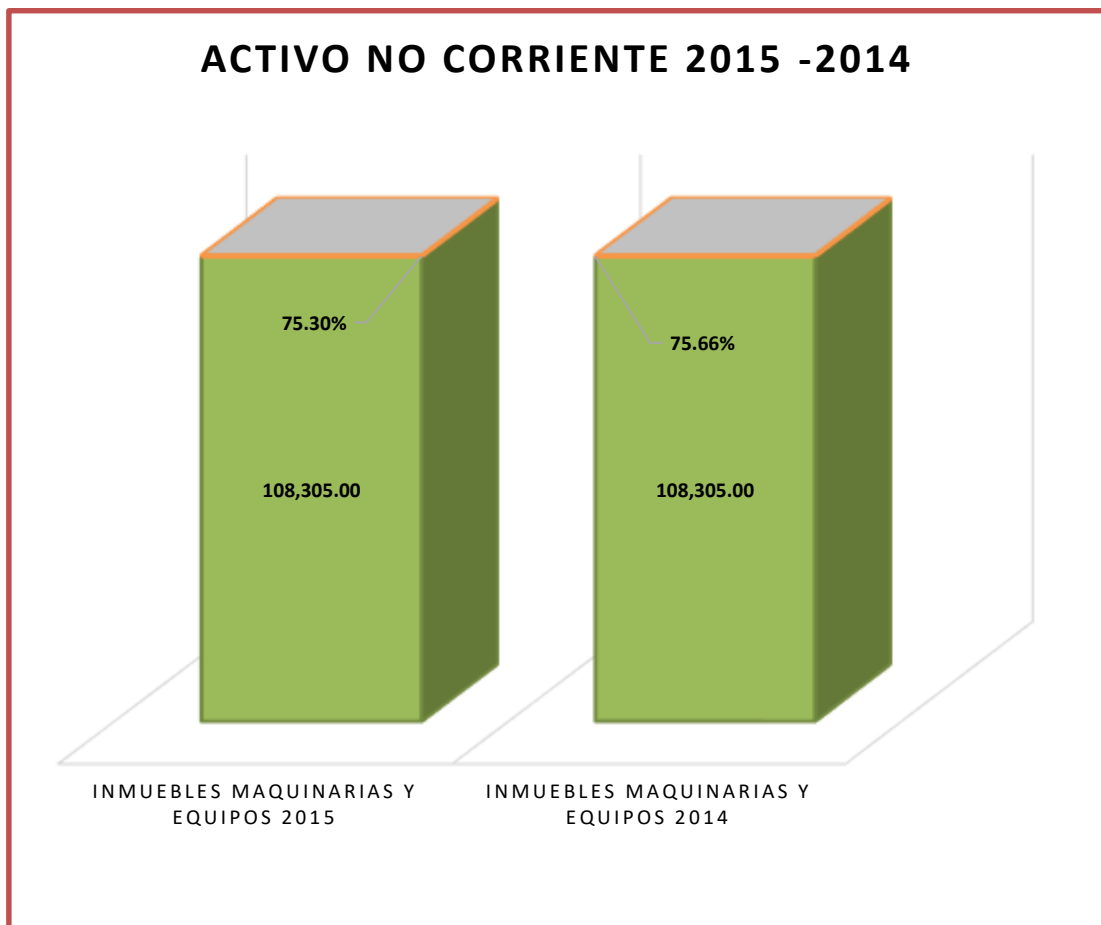


Grafico 5: fuente: Estados Financieros

TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO

PASIVO CORRIENTE Y NO CORRIENTE

El total de pasivo corriente y no corriente y patrimonio no representa ninguna variación debido que la entidad realiza todas sus compras al contado.

PATRIMONIO

La utilidad del ejercicio tiene un aumento de 679.00 nuevos soles que equivale al 0.001% ya que su ingreso para el año 2014 fue de 5,150.00 nuevos soles y para el año 2015 fue de 5,829.00 nuevos soles.

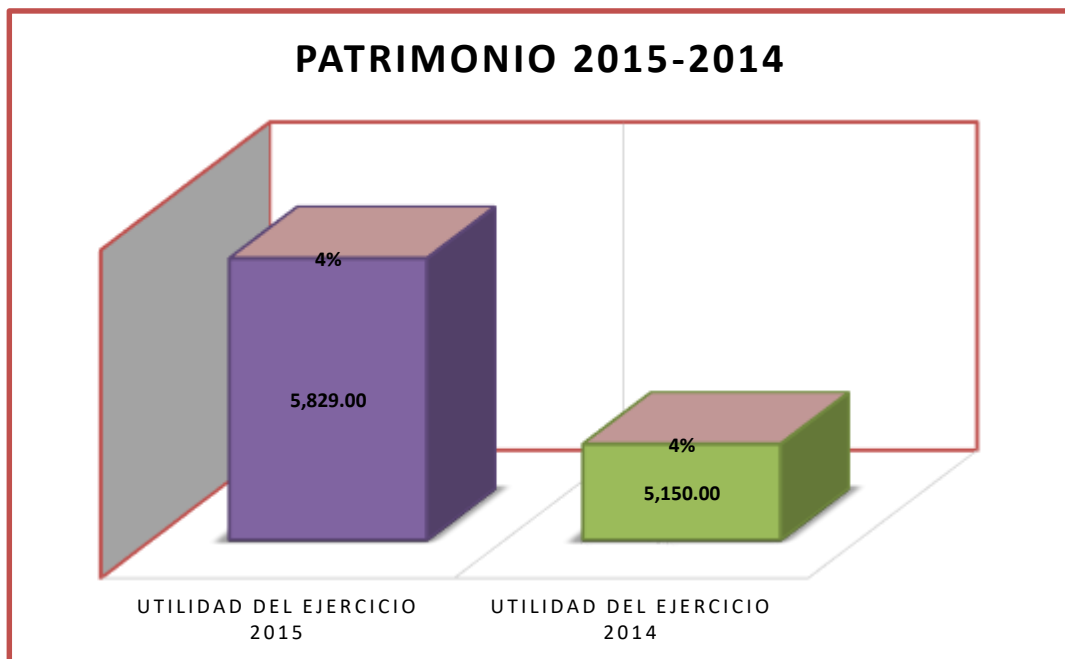


Gráfico 6: fuente Estados Financieros

ANALISIS DE LOS ESTADOS DE RESULTADOS DE LA EMPRESA MARAKOS GRILL DE CHICLAYO

La venta neta refleja un aumento de S/ 57426 que equivale al 5.79%, porque su saldo para el año 2014 fue de S/.991323 y para el año 2015 es de S/. 104874.

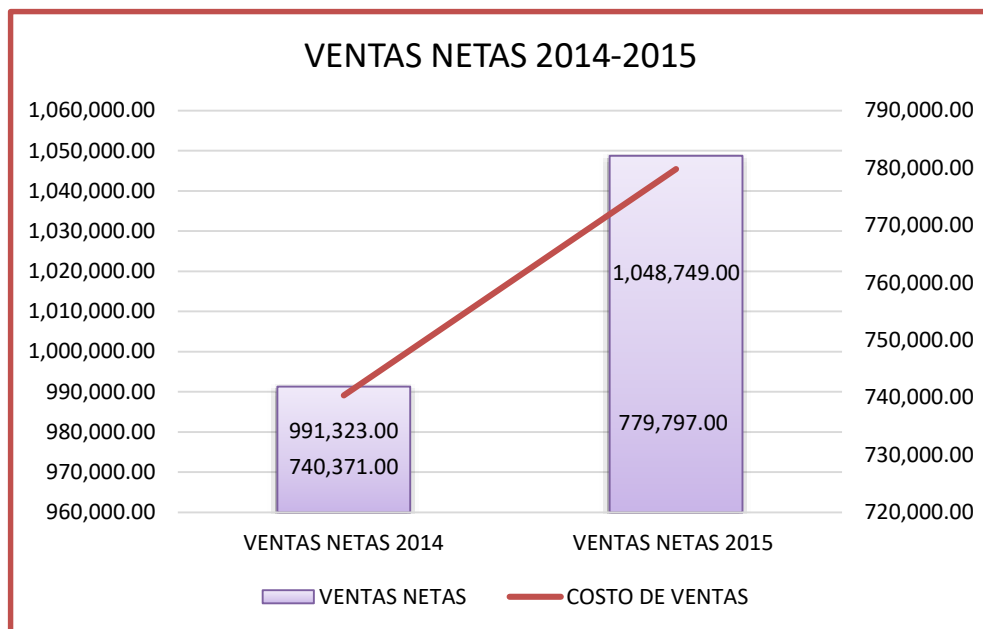


Grafico 7: fuente Estados Financieros

En el resultado bruto refleja un incremento de S/ 18,000.00 que representa al 0.33%, porque para el año 2014 su saldo fue de S/ 250,952.00 y para el año 2015 es de S/. 268,952.00 Representando del total de ventas, para el año 2014 un 25.31% y para el año 2015 un 25.65% del total de su estructura.

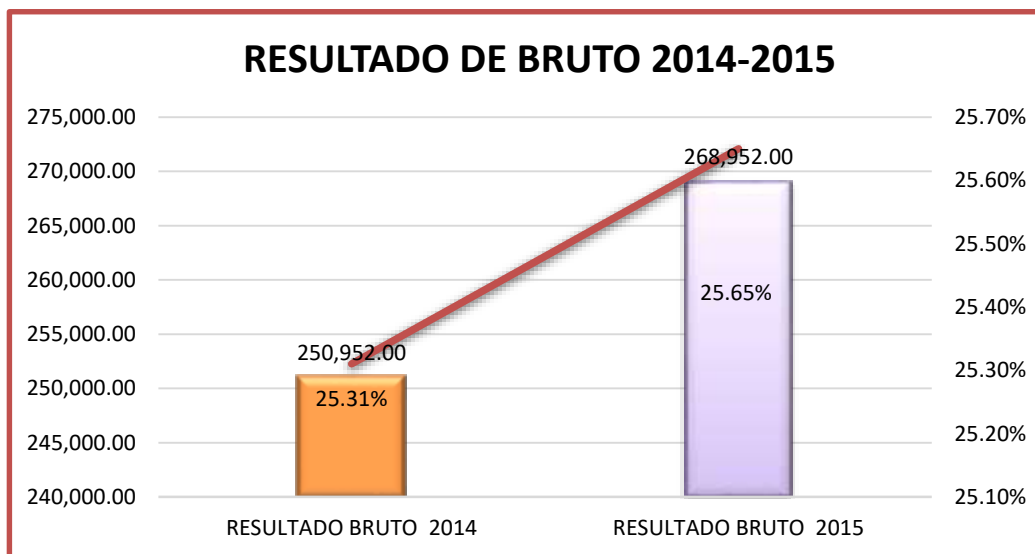


Grafico 8: fuente Estados Financieros

En la Resultado de Operación refleja un incremento de S/ 679 que equivale al 0.04% ya que en el año 2014 su saldo fue de S/. 5,150.00 y para el año 2015 es de S/. 5829. Representando del total de ventas, para el año 2014 un 0.52% y para el año 2015 un 0.56% del total de su estructura.

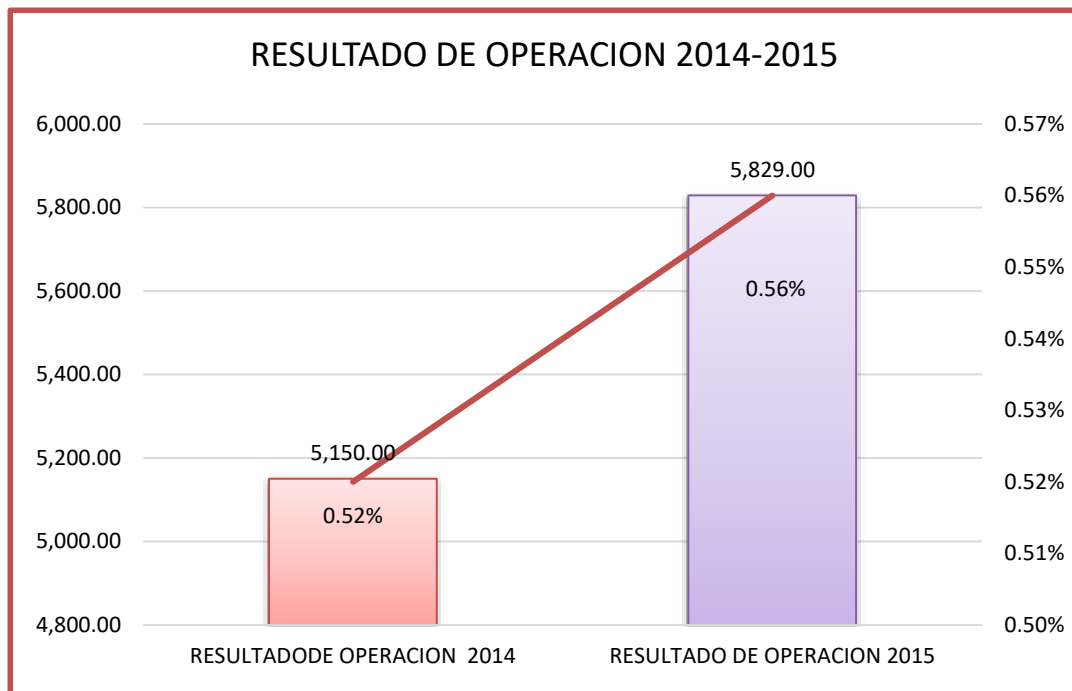


Grafico 9: fuente Estados Financieros

En el Resultado antes del impuesto a la renta se mantiene igual que la utilidad operativa ya que para el 2014 su saldo fue de S/. 5,150.00 y para el año 2015 es de S/. 5,829.00 Representando del total de ventas, para el año 2014 un 0.52% y para el año 2015 un 0.56% del total de su estructura.

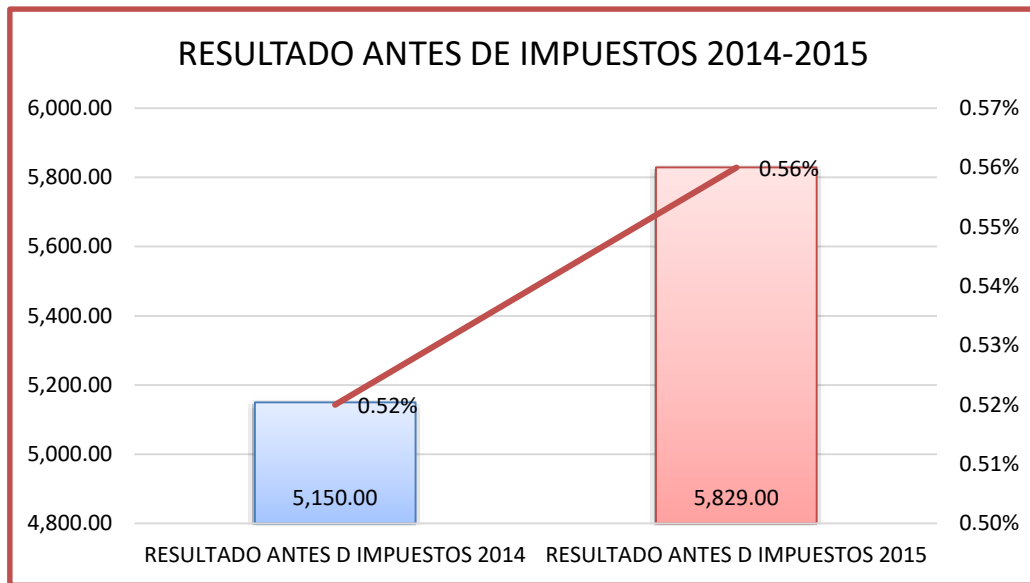


Grafico 10: fuente Estados Financieros

En la Utilidad neta del ejercicio refleja un incremento de S/ 679 que equivale al 0.04% porque su saldo para el año 2014 fue de S/ 5150 y para el año 2015 es de S/ 5829. Representando del total de ventas, para el año 2014 un 0.52% y para el año 2015 un 0.56% del total de su estructura.

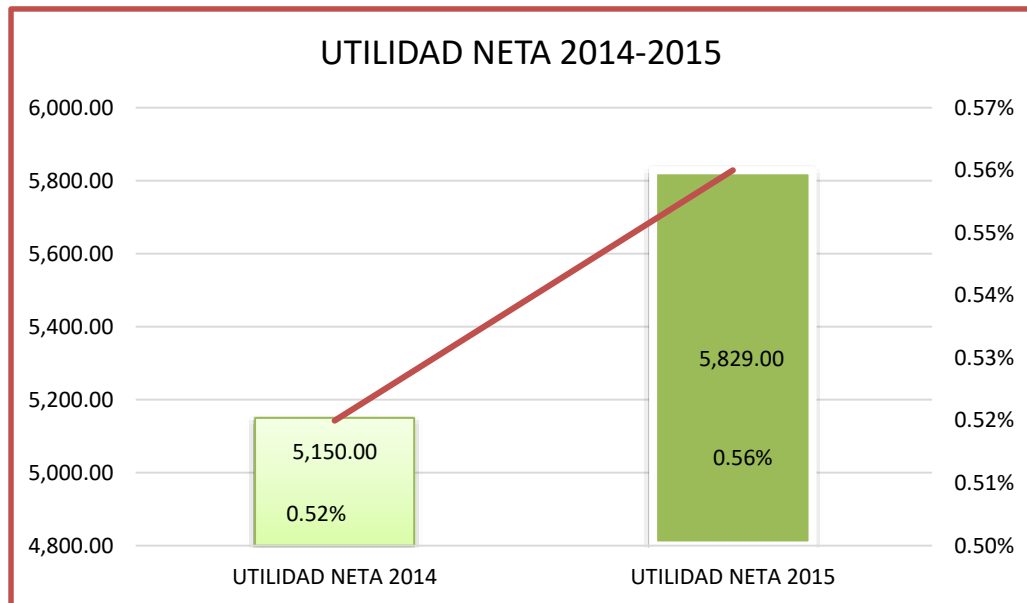


Grafico 11: fuente Estados Financieros

ANALISIS DE RATIOS FINANCIEROS

RAZON DE ENEUDAMIENTO:

Razón de Deuda:

RAZON DE DEUDA		PASIVOS TOTALES		X 100	
		ACTIVOS TOTALES			
AÑO 2015			AÑO 2014		
0	=	0.00%	0	=	0.00%
143,829.00			143,150.00		

Tabla 1: fuentes de Ratios Financieros.

La empresa Marakos Grill SAC en el año 2015 y 2014 el total de deuda para cada año fue el 0%, debido que la entidad no tiene deudas por cancelar.

Razón de Patrimonio Activo:

RAZÓN DE PATRIMONIO ACTIVO		TOTAL PATRIMONIO		X 100	
		ACTIVOS TOTALES			
AÑO 2015			AÑO 2014		
143,829.00	=	100%	143,150.00	=	100%
143,829.00			143,150.00		

Tabla 2: Fuentes de Ratios Financieros.

Muestra el porcentaje de financiación de los activos con recursos de la misma empresa. Es el complemento de la razón de deuda. Para el año 2015 la empresa Marakos SAC cuenta con un capital propio del 100%. En el año 2014 con un capital propio del 100%; lo que significa que la empresa durante los dos años anteriores no ha financiado externamente.

RAZONES DE RENTABILIDAD

Razón Sobre Ingresos:

RENTABILIDAD SOBRE INGRESOS		UTILIDAD NETA		X 100	
		VENTAS			
AÑO 2015			AÑO 2014		
5,829.00	=	0.56	5,150.00	=	0.52
1,048,749			99,323.00		

Tabla 3: Fuente de Ratios Financieros.

Significa que por cada sol de ingreso la empresa Marakos le quedaron en el 2015 S/. 0.56; en relación al año 2014 que por cada sol de ingreso le quedaron S/. 0.52 después de impuestos.

Razón Sobre Activos:

RAZÓN DE PATRIMONIO ACTIVOS		Utilidad Neta		X 100	
		ACTIVOS TOTALES			
AÑO 2015			AÑO 2014		
5,829	=	4.05%	0	=	3.60%
143,829			143,150.00		

Tabla 4: Fuente Ratios Financieros.

La empresa Marakos SAC obtuvo en el año 2015 y 2014 una rentabilidad económica del 4.05% y 3.60% respectivamente, lo cual significa que la administración de la empresa fue capaz de hacer rendir los recursos confiados.

Razón Sobre Patrimonio:

RENTABILIDAD SOBRE PATRIMONIO		UTILIDAD NETA PATRIMONIO TOTAL		X 100	
AÑO 2015			AÑO 2014		
5,829	=	4.05%	5,150	=	3.60%
143,829			143,150		

Tabla 5: Fuente Ratios Financieros.

Significa que la empresa Marakos SAC obtuvo en el año 2015 y 2014 una rentabilidad económica del 4.05% y 3.60% respectivamente.

Esta razón es muy observada por los inversionistas actuales y potenciales para mantener su inversión

CAPÍTULO V

PROPUESTA DE ESTRATEGIAS FINANCIERAS PARA MEJORAR LA RENTABILIDAD

ESTRATEGIAS FINANCIERAS QUE PERMITAN MEJORAR LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA MARAKOS GRILL SAC DE CHICLAYO

5.1. Justificación

El estudio de estrategias financieras siempre ha existido en las empresas, toda persona encargada o dueña ha tenido que medir los futuros ingresos y costos para así poderse dar una idea de que tan rentable es el negocio. Independientemente de tener o no una base teórica o adecuada para hacerlo. La presente propuesta se justifica, a través de esta investigación se podrá conocer mejor las operaciones propias del negocio, así como también es de suma importancia, debido que permitirá conseguir que la empresa Marakos Grill SAC de Chiclayo alcance un mejor control de sus operaciones para así lograr incrementar sus ventas, y por consiguiente lograr mayor rentabilidad

5.2. Objetivos de la Propuesta

5.2.1. Objetivos General

Propuesta de Estrategias Financieras Para Mejorar la Rentabilidad de la empresa Marakos Grill SAC

5.2.2. Objetivos Específicos

Estrategias para Aumentar la Utilidad Bruta

Estrategias para disminuir los gastos operacionales

5.3. Contexto de la Propuesta

5.3.1. Entidad: Marakos Grill SAC

5.3.2. Región: Lambayeque

5.3.3. Provincia: Chiclayo

5.3.4. Distrito: Chiclayo

5.3.5. Dirección: Elvira García y García #680

5.4.1 ESTRATEGIA I:

5.3.5.1. Estrategias para Aumentar la Utilidad Bruta

Las acciones que se deben realizar para aumentar las utilidades brutas, con los activos existentes, son básicamente aumentando los ingresos por ventas y disminuyendo los costos de producción.

5.3.5.1.1. Estrategias para Aumentar los Ingresos por Ventas

Las estrategias que se utilizan para el logro de este objetivo financiero, son los siguientes:

Aumentar el número de productos vendidos

Mejorar los precios de sus productos, sujeto a la aceptación del mercado.

Desarrollar un modelo de gestión orientado hacia el cliente, es decir, desarrollar productos con valor agregado para los consumidores.

Identificar cuáles son las necesidades que los clientes buscan para poder atenderlos y satisfacerlos con el mejoramiento de productos o el desarrollo de los productos nuevos a través de procesos de innovación.

Incrementar el volumen de ventas de los productos que generan mayores rentabilidades brutas a la empresa y disminuir los productos que no generen rentabilidades brutas a la entidad, lo cual se verá reflejado el margen bruto promedio.

Revisar el sistema de precios, donde el margen debe establecerse en base a estudios especiales de los costos y con respecto al precio estos deben estar tanto a la para o bajo la par de los precios de nuestros competidores.

Mejorar los servicios de atención al cliente, brindándoles un servicio de calidad, que marque la diferencia ante sus competidores.

5.3.5.1.2. Estrategias para Disminuir los Costos de Producción y/o Servicio

Las estrategias que se utilizan para el logro de este objetivo financiero son:

Desarrollar un modelo de gestión, económico, rentable lo cual nos permitirá disminuir los precios de los productos de costos que van orientados hacia la búsqueda permanente de factores de producción más económicos.

Disminuir los costos fijos por unidad de producto como consecuencia del aumento de los ingresos por ventas.

Obtener descuentos adicionales por la compra de materias primas, a través de negociación directa, compras corporativas, debido al aumento y continuidad de las compras realizadas a nuestros proveedores, lo cual generara una disminución del precio del producto que se ofrece al mercado y como consecuencia estar por encima de la competencia con respecto a la calidad y precio de los mismos.

Identificar en que costos se puede ahorrar a través de sistemas de costos adecuados, rediseñar procesos de producción para que cuesten menos, sin afectar la calidad del mismo.

Optimizar los activos para disminuir los gastos vinculados con los mismos.

Aumentar el rendimiento de la productividad de los colaboradores a través de las capacitaciones, estimulaciones como, incentivos, pago de horas extras entre otros; brindarles herramientas que les permitan o faciliten el desarrollar de sus en el desarrollo de la producción.

5.4.2. ESTRATEGIAS II

5.4.2.1 Estrategias para disminuir los gastos operacionales:

Las acciones que se deben realizar para reducir los gastos operativos son:

Desarrollar un guía de gestión por cada una de las áreas operacionales de la organización, orientado hacia la eficiencia y eficacia

Identificar los procesos críticos en la gestión, establecerlas tareas involucradas y determinar los recursos humanos y materias primas requeridos para realizar cada actividad de manera óptima, de tal forma que se puedan reducir los costos innecesarios.

Disminuir los gastos fijos por unidad de producto como consecuencia del aumento de los ingresos por ventas.

Tercerizar (outsourcing). Esta acción es central en la parte operativa de la empresa, debido que cualquier empresa puede dar en outsourcing; el manejo de la nómina, la cobranza de cuentas de difícil recuperación y en general los asuntos legales, algunos procesos productivos investigación de mercados o campañas promocionales y los servicios generales de aseo, comedor o vigilancia.

Principales ventajas que genera el outsourcing:

- Presenta reducción de costos y aumento de la calidad como consecuencia de enfocarse en su verdadera competencia.

Utilizar la tecnología de información y comunicación para disminuir los gastos de papelería, impresos, comunicación, entre otros.

Incrementar la productividad del personal a través de capacitación, motivación, incentivos, etc. en las tareas del desarrollo de la gestión operativa de la organización.

Reducir el gasto anual de impuesto a la renta, mediante una adecuada planificación tributaria que permita identificar oportunidades que ofrece la legislación tributaria vigente (deducciones de renta, desgravaciones fiscales, métodos alternativos de imposición, etc.).

CAPÍTULO VI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

Luego del análisis de la situación Financiera de la empresa Marakos Grill SAC en sus Estados Financieros del 2014 y 2015, se pudo analizar que su rentabilidad se mantiene constante para ambos periodos, en el año 2014 con 3.60% y 2015 con 4.05% lo cual resulta poco beneficioso porque se busca incrementar la rentabilidad.

La empresa cuenta con un buen manejo en el efectivo y equivalente de efectivo, principalmente en su capital de inversión, pues Marakos Grill SAC. Tiene el saldo necesario para efectuar las operaciones.

El Administrador de la Empresa Marakos Grill SAC no utiliza ninguna estrategia financiera para mejorar su rentabilidad, debido a que el capital de inversión de los propietarios ayuda al desenvolvimiento económico de la empresa, para cancelar sus deudas al contado, Por otro lado, en los últimos años la empresa no se está financiando debido al incremento de ventas. De tal manera que con el financiamiento de capital de los propietarios y al incremento de ventas ya no se recurren a préstamos, por lo cual ya no se generan gastos financieros, por ende, la entidad no cuenta con deuda a corto o largo plazo.

RECOMENDACIONES

Se recomienda con la finalidad de mejorar la rentabilidad, reducir los gastos operativos, también realizar un reajuste en los precios para incrementar nuestras ventas por volumen y por ende incrementar la rentabilidad.

Aprovechar el posicionamiento que tiene la empresa en mercado ante sus competidores, para atraer más clientes, utilizando estrategias de marketing.

Se recomienda financiar sus compras al crédito, para que ese dinero se utilice en realizar otras operaciones que generen ingresos a la empresa y poder incrementar más la rentabilidad de la misma.

Desarrollar investigaciones y estudios de mercado nacional e internacional, con el fin de optimizar la maquinaria para mejorar la productividad de la Marakos, lo cual beneficiara pues se pueden optimizar gastos operativos, por consiguiente, disminuir los precios, obteniendo como resultado más ingresos por el incremento de ventas, lo cual generara un aumento en la rentabilidad.

Aplicar las estrategias propuestas, el cual contiene un conjunto de actividades administrativas y contables, el cual permitirá mejorar la rentabilidad de la empresa Marakos Grill SAC-Chiclayo.

VI. ANEXOS

**ESTADOS DE SITUACION FINANCIERA DE LA
EMPRESA:**

MARAKOS GRILL

ESTADO DE SITUACION FINANCIERA

ANALISIS
HORIZONTAL

ANALISIS
VERTICAL

	2015	2014	Variación s/. 2015	Variación %. 2014	Variación %. 2015	Variación %. 2014
Caja y bancos	12,962.00	12,816.00	146.00	1.14%	9.01%	8.95%
Mercaderías	6,720.00	6,500.00	220.00	3.38%	4.67%	4.54%
Otras cuentas del activo corriente	15,842.00	15,529.00	313.00	2.02%	11.01%	10.85%
T. ACT CORRIENTE	35,524.00	34,845.00	679.00	1.95%	24.70%	24.34%
Inm. Maq y Eq.	108,305.00	108,305.00	0.00	0.00%	75.30%	75.66%
Carg. Dif.	0.00	0.00	0.00			
Ots act. No. Corriente.	0.00	0.00	0.00			
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE	108,305.00	108,305.00	0.00	0.00%	75.30%	75.66%
TOTAL ACTIVO NETO	143,829.00	143,150.00	679.00	0.47%	100%	100%
Tributos por pagar	0.00	0.00	0.00			
Cuentas por pagar comercial- terceros	0.00	0.00	0.00			
Cuentas por pagar comercial- diversas	0.00	0.00	0.00			
Provisiones	0.00	0.00	0.00			
TOTAL PASIVO	0.00	0.00				
Capital	138,000.00	138,000.00	0.00	0.00%	96%	96%
Resultados acumulados						
utilidad del ejercicio	5,829.00	5,150.00	679.00	13.18%	4%	4%
TOTAL PATRIMONIO	143,829.00	143,150.00	679.00	0.47%	100%	100%
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	143,829.00	143,150.00	679.00	0.47%	100%	100%

REFERENCIAS

- Sánchez Ballesta, J. P. (2002). *5campus.com*. Obtenido de 5campus.com: <http://ciberconta.unizar.es/leccion/anarenta/analisisr.pdf>
- Acosta Jaramillo, F. P. (2011). "DISEÑO DE ESTRATEGIAS FINANCIERAS PARA MEJORAR LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA EXPLOCEN C.A.". TRUJILLO. Obtenido de <https://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/2978/1/T-ESPE-030888.pdf>
- Actualidad Empresarial. (2006). LA RENTABILIDAD ECONÓMICA Y FINANCIERA EN LA EMPRESA. *actualidad empresarial*, 1. Obtenido de file:///C:/Users/evelyn/Downloads/La_rentabilidad_econ%C3%B3mica_y_financiera_en_la_empresa.pdf
- Alarcón Reyes, G. T., & Rosales Larrea, I. M. (2014). *Evaluación de la gestión económica-financiera y su implicancia en la rentabilidad de la Empresa Panificación Arte Distribuidores SAC de la ciudad de Chiclayo durante el periodo 2014*. chiclayo. Obtenido de http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/usat/627/1/TL_AlarconReyesGigi_RosalesLarrealIngrid.pdf
- Alcaez Moreno, N., Noreña, A. L., Rojas, J., & Rebolledo Malpica, D. (2012). *Aplicabilidad de los criterios de rigor y éticos en la investigación cualitativa*. Obtenido de <http://jbposgrado.org/icuali/Criterios%20de%20rigor%20en%20la%20Inv%20cualitativa.pdf>
- Amondarain Arteché, J., Zubiaur Etcheverry, G., & Caraballo Esteban, t. (2013). ANALISIS DE LA RENTABILIDAD. Obtenido de https://ocw.ehu.eus/file.php/245/TEMA_6_ANALISIS_DE_LA_RENTABILIDAD.pdf
- Arcoraci, E. (s.f.). *CONTABILIDAD ratios financieros*. Obtenido de <http://aempresarial.com/asesor/adjuntos/Apunte-Unidad-3-Ratios-Financieros.pdf>
- Arias, F. (2004). *Eumed*. Obtenido de http://www.eumed.net/libros-gratis/2011d/marco_metodologico.html
- Bierman, H. (1984). *Planeación estratégica financiera*. Mexico: CESCA.
- Blaug, M. (1985). *Aulafacil*. Obtenido de <http://new.aulafacil.com/curso-gratis-de-ciencia-y-metodo-cientifico,el-metodo-inductivo,639,10763>
- Caballero Bustamante. (s.f.). Interpretación de los Ratios de Liquidez y Rentabilidad. *Caballero Bustamante*. Obtenido de http://www.academia.edu/16303739/Interpretaci%C3%B3n_de_los_Ratios_de_Liquidez_y_Rentabilidad_de_la_Empresa
- Contreras Sierra, E. R. (s.f.). *El concepto de estrategia como fundamento de la planeación estratégica*. Colombia. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/pege/n35/n35a07.pdf>
- Crece Negocios. (s.f.). Obtenido de <http://www.crecenegocios.com/ratios-financieros/>

- Crece Negocios. (05 de Marzo de 2012). Obtenido de <http://www.crecenegocios.com/el-estado-de-resultados/>
- Crece Negocios. (07 de Noviembre de 2012). *finanzas de empresa*. Obtenido de finanzas de empresa: <http://www.crecenegocios.com/definicion-de-rentabilidad/>
- Cruz Carranza, J. (2014). *la Aplicación De Un Joint Venture Para Mejorar La Rentabilidad De La Empresa Avícola Yugoslavia S.A.C. De la provincia de Trujillo*. Obtenido de http://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/752/cruz_jhonatan.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Definicion. (2008). *Definicion* . Obtenido de <http://definicion.de/flora/>
- Definicion ABC. (s.f.). *Definicion ABC*. Obtenido de Definicion ABC: <http://www.definicionabc.com/economia/inversiones.php>
- Díaz Oramas, K. (10 de 17 de 2008). *gestiopolis.com*. Obtenido de gestiopolis.com: <http://www.gestiopolis.com/principales-estrategias-financieras-de-las-empresas/>
- diaz oramas, k. (17 de octubre de 2008). *Principales estrategias financieras de las empresas*. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/principales-estrategias-financieras-de-las-empresas/>
- Economia. (s.f.). *La gran Enciclopedia De Economía*. Obtenido de La gran Enciclopedia De Economía: <http://www.economia48.com/spa/d/capital/capital.htm>
- El Comercio. (06 de Agosto de 2014). Instrumentos financieros en soles rinden más que en dólares. Recuperado el 08 de Septiembre de 2016, de http://elcomercio.pe/economia/peru/instrumentos-financieros-soles-rinden-mas-que-dolares-noticia-1747902?ref=flujo_tags_140831&ft=nota_6&e=titulo
- Espinoza Salas, D. (s.f.). *RENTABILIDAD ECONÓMICA Y RENTABILIDAD FINANCIERA*. Obtenido de <https://es.scribd.com/doc/32889464/RENTABILIDAD-ECONOMICA-Y-RENTABILIDAD-FINANCIERA>
- Ferrer Quea, A. (2009). Análisis de la utilidad bruta. *Actualidad Empresarial, N° 196*, 196. Obtenido de http://aempresarial.com/web/revitem/5_10427_86758.pdf
- Finanzas, E. (2005). *Eco Finanzas*. Obtenido de Eco Finanzas: <http://www.eco-finanzas.com/diccionario/U/UTILIDAD.htm>
- Flores F., C. (02 de 10 de 2016). Las mujeres gerentes hacen más rentables a empresas. *correo*. Obtenido de <http://diariocorreo.pe/economia/las-mujeres-gerentes-hacen-mas-rentables-a-empresas-701919/>
- FLORES TAPIA, C. J. (2014). *LA GESTIÓN LOGÍSTICA Y SU INFLUENCIA EN LA RENTABILIDAD DE LAS EMPRESAS ESPECIALISTAS EN IMPLEMENTACIÓN DE CAMPAMENTOS PARA EL SECTOR MINERO EN LIMA METROPOLITANA*. TESIS. Obtenido de http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/1111/1/flores_tc.pdf

- García Guitierrez. (29 de abril de 2016). Fortaleza los conocimientos financieros desde la infancia. *gestión*. Recuperado el 08 de septiembre de 2016, de <http://gestion.pe/tu-dinero/fortaleza-conocimientos-financieros-desde-infancia-2159670>
- García Nava, J. A., & Paredes Hernández, L. M. (2014). *ESTRATEGIAS FINANCIERAS EMPRESARIALES. MEXICO: PATRIA.* Obtenido de <http://www.editorialpatria.com.mx/pdf/files/9786074382037.pdf>
- Geocities.ws. (s.f.). *www.geocities.ws.* Obtenido de [www.geocities.ws: http://www.geocities.ws/uaexam/Felipe-Entrevista.pdf](http://www.geocities.ws/uaexam/Felipe-Entrevista.pdf)
- Gerencia. (12 de junio de 2010). *Gerencia.com.* Obtenido de [Gerencia.com: http://www.gerencia.com/rentabilidad.html](http://www.gerencia.com/rentabilidad.html)
- Gerencia.com. (25 de agosto de 2011). *gerencia.com.* Obtenido de <http://www.gerencia.com/utilidad-neta.html>
- Gestiopolis. (16 de 07 de 2002). *Universidad de Champagnat - Licenciatura en RR.HH.* Obtenido de Universidad de Champagnat - Licenciatura en RR.HH.: <http://www.gestiopolis.com/marketing/la-encuesta-el-cuestionario-y-los-tipos-de-preguntas.htm>
- Gilarias, R. (06 de Agosto de 2016). Importancia de la planificación fiscal y financiera de tu empresa. Recuperado el 08 de Septiembre de 2016, de <http://www.finanzasdigital.com/2016/08/importancia-la-planificacion-fiscal-financiera-empresa/>
- Goicochea Barturén, M. (2014). *Propuesta de estrategias financieras para incrementar la rentabilidad del restaurant Siempre Imperial de Chiclayo 2014.* chiclayo.
- Gomez, G. (04 de 11 de 2001). *Gestionpolis.* Obtenido de [Gestionpolis: http://www.gestiopolis.com/contabilidad-de-costos/](http://www.gestiopolis.com/contabilidad-de-costos/)
- Grupo Ciclo, & Gestion. (23 de 09 de 2013). El Estado de Situación Financiera. *El Estado de Situación Financiera*, págs. <http://gestion.pe/tendencias/estado-situacion-financiera-2076857>.
- Lazaro Lopez, V. O., & Espinoza Pastor, K. d. (2013). *AUDITORIA AMBIENTAL PARA LA PREVENCION DE LA CONTAMINACION AMBIENTAL EN EL AREA DE SERVICIOS DE LA ORGANIZZACION EMPRESARIAL AUTONORT TRUJILLO S.A. TESIS, TRUJILLO.*
- Méndez Villanueva, A. (s.f.). Estado de resultados. En A. Méndez Villanueva, *Teoría y prácticas de contabilidad* (págs. 91-108). Mexico. Obtenido de http://www.uv.mx/personal/cbustamante/files/2011/06/Contabilidad_Financiera1_Unidad_3.pdf
- Morales, F. (2014). *Bligoo.* Obtenido de <http://manuelgross.bligoo.com/conozca-3-tipos-de-investigacion-descriptiva-exploratoria-y-explicativa#.WfK2wlvWzIU>

- Moyolema Muyulema, M. H. (2010). *LA GESTION FINANCIERA Y SU IMPACTO EN LA RENTABILIDAD DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO KURIÑAN DE LA CIUDAD DE AMBATO AÑO 2010*. TESIS, ECUADOR. Obtenido de <http://repo.uta.edu.ec/bitstream/123456789/1944/1/TG0002.pdf>
- Porter, M. (13 de septiembre de 2016). *5fuerzasdeporter*. Obtenido de 5fuerzasdeporter: <http://www.5fuerzasdeporter.com/la-estrategia-segun-porter/>
- Quispe Ramírez, S. (14 de 10 de 2012). Pequeños ahorradores. *Correo*. Obtenido de <http://diariocorreo.pe/5-sentidos/pequenos-ahorradores-224799/>
- Retail Gerencia. (15 de Mayo de 2015). *Gerencia Retail*. Obtenido de Gerencia Retail: <https://gerenciadelretail.files.wordpress.com/2015/05/pg-1.png>
- Rodriguez, J. (s.f.). *monografias.com*. Obtenido de monografias.com: <http://www.monografias.com/trabajos72/factores-rentabilidad-decisiones-financieras/factores-rentabilidad-decisiones-financieras2.shtml>
- Sambola, R., & Santandreu, P. (2004). Ratios para analizar la empresa y cuantificar su valor (I). En R. Sambola, & P. Santandreu, *Ratios para analizar la empresa y cuantificar su valor (I)* (págs. 51-55). Madrid: Ediciones Deusto - Planeta de Agostini Profesional y Formación S.L. Obtenido de <http://site.ebrary.com/lib/bibsipansp/detail.action?docID=10063512>
- Sánchez Ramos, W. N., & Villavicencio Ortiz, A. G. (2013). *Diseño de una estrategia para mejorar la rentabilidad de la empresa Businesswise S.A.* Obtenido de <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/2565/1/T-UCE-0005-424.pdf>
- Sanchez Segura, A. (1994). La Rentabilidad Economica Y Financiera De La Gran Empresa ESpañola. Analisis De Los Factores Determinantes. *Española De financiacion Y Contabilidad*, 159-179. Obtenido de [file:///C:/Users/evelyn/Downloads/Dialnet-LaRentabilidadEconomicaYFinancieraDeLaGranEmpresaE-44122%20\(6\).pdf](file:///C:/Users/evelyn/Downloads/Dialnet-LaRentabilidadEconomicaYFinancieraDeLaGranEmpresaE-44122%20(6).pdf)
- Sanchez Viloría, S. A. (2012). *ESTRATEGIAS-FINANCIERAS*. Obtenido de <https://es.scribd.com/doc/95810962/ESTRATEGIAS-FINANCIERAS>
- Sanchez Viloría, Samuel Alfonso. (s.f.). *ESTRATEGIAS FINANCIERAS*. Obtenido de <https://es.scribd.com/doc/95810962/ESTRATEGIAS-FINANCIERAS>
- Saravia Guamán, F. W., & Pepinós Ortiz, S. M. (2013). *Propuesta para mejorar la rentabilidad de la empresa Distrifood S.A. mediante un modelo de gestión y control financiero en la ciudad de Quito*. Obtenido de <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/2102/1/T-UCE-0005-336.pdf>
- Soria, A. (23 de Septiembre de 2016). *Capital & Bolsa*. Recuperado el 08 de Octubre de 2016, de <http://www.bolsamania.com/capitalbolsa/noticias/minuto-a-minuto/alerta-ante-la-posible-explasion-de-la-burbuja-en-el-mercado-de-deuda--1722630.html>

- Valls, Á. (28 de Noviembre de 2016). El cliente como centro de las estrategias financieras digitales. Recuperado el 08 de Septiembre de 2016, de <http://www.eldiariomontanes.es/tecnologia/201511/28/cliente-como-centro-estrategias-20151128010036-v.html>
- Van Horne, J. C. (1993). *Administración financiera* (Vol. 9ª Edición). Mexico: Prentice Hall Hispanoamericana.
- Vílchez Olivares , P. (s.f.). Estrategias Financieras. Obtenido de Estrategias Financieras: <file:///C:/Users/evelyn/Downloads/5430-18737-1-PB.pdf>
- Villareal Reyes, Y. (s.f.). *La estrategia financiera, una estrategia funcional decisiva en la toma de decisiones*. Obtenido de <http://www.monografias.com/trabajos82/estrategia-financiera-decisiva-toma-decisiones/estrategia-financiera-decisiva-toma-decisiones2.shtml#estrategib>
- Wikilibro. (06 de marzo de 2012). *Wikilibro*. Obtenido de Wikilibro: http://www.eoi.es/wiki/index.php/Perspectiva_financiera_del_Balanced_Scorecard_en_Finanzas
- wikipedia. (2017). *Wikipwdia*. Obtenido de https://es.wikipedia.org/wiki/Investigaci%C3%B3n_descriptiva
- Zamora Torres, A. I. (2008). *RENTABILIDAD Y VENTAJA COMPARATIVA: UN ANÁLISIS DE LOS SISTEMAS DE PRODUCCIÓN DE GUAYABA EN EL ESTADO DE MICHOACÁN*. Mexico. Obtenido de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2011c/981/concepto%20de%20rentabilidad.html>