

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

TESIS

**GESTIÓN DE COSTOS DE VENTAS PARA
INCREMENTAR LA RENTABILIDAD EN
NEGOCIOS ROYLI S.A.C. 2023**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
CONTADORA PÚBLICA**

Autora:

Bach. Julca Julca, Santos Eleocadia
<https://orcid.org/0000-0003-4288-9453>

Asesora:

Mg. Balcazar Paiva Eveling Sussety
<https://orcid.org/0000-0002-4188-0724>

Línea de Investigación:

**Gestión, innovación, emprendimiento y competitividad que
promueva el crecimiento económico inclusivo y Sostenido.**

Sub línea de Investigación:

**Normas Internacionales de Información Financiera en el
contexto de los procesos contables y la creación de valor en la
empresa**

Pimentel – Perú

2023

**GESTIÓN DE COSTOS DE VENTAS PARA INCREMENTAR LA
RENTABILIDAD EN NEGOCIOS ROYLI S.A.C. 2023**

Aprobación del informe de investigación

Asesor (a)

Mg. Balcazar Paiva Eveling Sussety

Presidente (a)

Mg. Mendo Otero Ricardo Francisco

Secretario (a)

Mg. Cachay Sanchez Lupe del Carmen

Vocal (a)

Mg. Rios Cubas Martin Alexander

Declaración jurada de originalidad




DECLARACIÓN JURADA DE ORIGINALIDAD

Quien(es) suscribe(n) la **DECLARACIÓN JURADA**, soy(somos) **egresado (s)** del Programa de Estudios de **Contabilidad** de la Universidad Señor de Sipán S.A.C, declaro(amos) bajo juramento que soy (somos) autor(es) del trabajo titulado:

GESTIÓN DE COSTOS DE VENTAS PARA INCREMENTAR LA RENTABILIDAD EN NEGOCIOS ROYLI S.A.C. 2023

El texto de mi trabajo de investigación responde y respeta lo indicado en el Código de Ética del Comité Institucional de Ética en Investigación de la Universidad Señor de Sipán (CIEI USS) conforme a los principios y lineamientos detallados en dicho documento, en relación con las citas y referencias bibliográficas, respetando al derecho de propiedad intelectual, por lo cual informo que la investigación cumple con ser inédito, original y autentico.

En virtud de lo antes mencionado, firman:

Santos Eleocadia Julca Julca	DNI:74726180	Firma: 
------------------------------	--------------	--

Pimentel, 20 de setiembre de 2023

Dedicatoria

Esta investigación está dedicada con profundo cariño y gratitud a mi familia, especialmente a mi hija Karlita Ximena, han sido el motor que me ha impulsado a lo largo de mi búsqueda de metas profesionales. Además, agradezco a Dios por su bendición de mantenernos saludables, permitiéndonos perseverar en nuestros estudios y labores diarias, pues su divina guía y protección han iluminado

Agradecimiento

Quiero extender mi más sincero agradecimiento a todos los profesionales que colaboraron en este estudio, en especial al equipo de Negocios Royli S.A.C. de Chiclayo, cuya disposición para compartir información fue esencial para el desarrollo de este proyecto. Asimismo, no puedo dejar de expresar mi gratitud hacia los respetados docentes de la Universidad Señor de Sipán, cuya experiencia tanto práctica como teórica enriqueció mi conocimiento de manera significativa.

Resumen

La presente investigación tuvo por objetivo proponer estrategias de gestión de costos de ventas para incrementar la rentabilidad en Negocios ROYLI S.A.C. 2023, teniendo una metodología de enfoque mixto, de tipo de descriptivo, y diseño no experimental, con una población y muestra de estudio conformado por los estados financieros de 2019 al 2022 de la empresa, además del contador de la empresa, teniendo como técnicas la encuesta, el análisis documental y la entrevista, y como instrumentos el cuestionario, la guía de análisis y la guía de entrevista. Los resultados permitieron conocer que la empresa presenta un margen de utilidad bruta inferior al 5% en los años 2019, 2020 y 2021, indicando una baja eficiencia en la relación entre ingresos y costos. La utilidad neta varía entre 0.75% y 1%, ofreciendo un rendimiento limitado para los socios. Asimismo, el análisis de costos de ventas revela fluctuaciones en la rentabilidad, la caja y la mercadería representan hasta el 73% de los activos, pero los costos de ventas se mantienen altos, representando el 99% de las ventas en 2021. La utilidad bruta disminuyó un 72% de las ventas en 2020 a 2021. Se concluyó con las estrategias de gestión de costos de ventas que abarcan la gestión de en la cadena de suministros, gestión de compras y gestión de reducción de pérdidas por caducidad, con el objetivo de incrementar la rentabilidad en Negocios ROYLI S.A.C. 2023.

Palabras clave: Gestión de costos, costo de ventas, rentabilidad, gestión de compras

Abstract

The objective of this research was to propose sales cost management strategies to increase profitability in Negocios ROYLI S.A.C. 2023, having a mixed approach methodology, descriptive type, and non-experimental design, with a population and study sample made up of the financial statements from 2019 to 2022 of the company, in addition to the company's accountant, taking as techniques the survey, documentary analysis and interview, and as instruments the questionnaire, analysis guide and interview guide. The results revealed that the company has a gross profit margin of less than 5% in the years 2019, 2020 and 2021, indicating low efficiency in the relationship between income and costs. The net profit varies between 0.75% and 1%, offering a limited return for partners. Likewise, the cost of sales analysis reveals fluctuations in profitability, cash and merchandise represent up to 73% of assets, but sales costs remain high, representing 99% of sales in 2021. Gross profit sales decreased by 72% in 2020 to 2021. It was concluded that due to the problems in cost management, sales cost management strategies were developed that cover supply chain management, purchasing management and management. to reduce losses due to expiration, with the objective of increasing profitability in Negocios ROYLI S.A.C. 2023.

Keywords: Cost management, cost of sales, profitability, purchasing management

Índice

Declaración jurada de originalidad	ii
Aprobación del informe de investigación	iii
Dedicatoria.....	iv
Agradecimiento	v
Resumen	vi
Abstract.....	vii
Índice	viii
I. INTRODUCCIÓN	11
1.1 Realidad problemática	11
1.2 Antecedentes de investigación.....	14
1.3 Teorías relacionadas al tema	20
1.4 Formulación del problema.....	28
1.5 Justificación	28
1.6 Hipótesis	29
1.7 Objetivos	29
1.7.1. Objetivo general	29
1.7.2. Objetivos específicos.....	29
II. MATERIALES Y MÉTODOS.....	30
2.1 Tipo y diseño de investigación	30
2.2 Población y muestra.....	31
2.3 Variables y operacionalización	32
2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	34
2.5 Procedimiento de análisis de datos.....	34
2.6 Criterios éticos	35
2.7 Criterios de rigor científico.....	35
III. RESULTADOS	36
3.1. Resultados en tablas y figuras	36
3.2. Discusión de resultados	50
3.3. Aporte científico (propuesta de investigación)	52
IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	77
4.1. Conclusiones	77
4.2. Recomendaciones	78
REFERENCIAS	79
ANEXOS.....	82

Índice de tablas

Tabla 1	Operacionalización de la variable gestión de costos de ventas.....	32
Tabla 2	Operacionalización de la variable rentabilidad	33
Tabla 3	Análisis vertical del balance general del 2020, 2021 y 2022	36
Tabla 4	Índice de rentabilidad.....	40
Tabla 5	Índice de liquidez	41
Tabla 6	Índice de solvencia	42
Tabla 7	Análisis DUPONT	42
Tabla 8	Entrevista al contador de la empresa	43
Tabla 9	Análisis de costo de ventas del año 2020 al 2022.....	45
Tabla 10	Análisis comparativo entre las ventas que se realiza en un año y costo de ventas que se asume	46
Tabla 11	Análisis de costo de ventas con las demás cuentas.....	47
Tabla 12	Entrevista acerca de la rentabilidad de la empresa	48
Tabla 13	Estrategias de gestión en la cadena de suministros.....	56
Tabla 14	Análisis de proveedores.....	59
Tabla 15	Estrategias de gestión de compras	62
Tabla 16	Oferta anual histórica estimada de 2021 y 2022	63
Tabla 17	Proyección de oferta al 2024.....	64
Tabla 18	Proyección de oferta al 2025.....	64
Tabla 19	Estrategias de gestión de reducción de pérdidas por caducidad.....	66
Tabla 20	Ejemplificación de control de stock mínimo y máximo.....	67
Tabla 21	Detalle del plan de acción	69
Tabla 22	Proyección de activos	71
Tabla 23	Proyección de pasivos	72
Tabla 24	Índice de liquidez	73
Tabla 25	Índice de solvencia	74
Tabla 26	Índice de rentabilidad.....	75
Tabla 27	Análisis DUPONT	76

Índice de figuras

Figura 1	Diseño de la investigación.....	30
Figura 2	Análisis de costo de ventas del año 2020 al 2022	45
Figura 3	Análisis comparativo entre las ventas que se realiza en un año y costo de ventas que se asume	46
Figura 4	Catálogo simple tipo menú	60
Figura 5	Catálogo especializado por categorías.....	61
Figura 6	Oferta histórica 2021 y 2022.....	63
Figura 7	Flujograma de almacenamiento y gestión de inventarios	65

I. INTRODUCCIÓN

1.1 Realidad problemática

A nivel internacional

La rentabilidad en las empresas de abarrotes ha emergido como una preocupación central en la gestión empresarial, impulsada por una serie de desafíos que impactan la capacidad de mantener ganancias consistentes. Uno de los obstáculos principales es la intensa competencia en el mercado, donde los márgenes de beneficio tienden a estrecharse debido a la constante presión de los precios y el aumento de los costos operativos. En esta perspectiva, muchas pequeñas y medianas empresas han experimentado una disminución en su rentabilidad, resultado de diversos factores. En primer lugar, la ausencia de una planificación adecuada se destaca como un factor clave, seguida por un análisis insuficiente de la reducción de costos y gastos incurridos en la operación diaria. Esta falta de enfoque estratégico contribuye directamente a la merma en la rentabilidad (Media et al., 2021).

En tercer lugar, es crucial señalar que la baja rentabilidad no solo afecta las ganancias, sino que también impacta negativamente en el desarrollo y la permanencia de estas empresas en el mercado. Para abordar este problema de manera efectiva, se requiere una revisión exhaustiva de las estrategias comerciales, incluyendo la optimización de costos, la mejora en la eficiencia operativa y la exploración de nuevas oportunidades de ingresos. Además, la implementación de medidas proactivas, como una planificación financiera sólida y un análisis detallado de los factores que afectan la rentabilidad, puede ser crucial para revertir esta tendencia y garantizar la viabilidad a largo plazo de las empresas de abarrotes en un entorno comercial desafiante (Media et al., 2021).

La falta de planificación adecuada puede perjudicar la rentabilidad de las empresas, llevándolas incluso al cierre. Es evidente que la ausencia de planificación es una de las principales razones detrás de la disminución de la rentabilidad o las pérdidas en una empresa. Esto puede influir en la decisión de los propietarios de continuar o no con el negocio, ya que la planificación es crucial para establecer metas y procesos eficaces, fundamentales para el crecimiento del

negocio y para proyectar un futuro rentable de manera sostenible (Medina & Quilindo, 2021). La falta de una planificación adecuada, la acumulación de deudas sin un análisis previo, la reducida rotación de cuentas por cobrar, la competencia desleal, factores naturales imprevistos, la falta de innovación y la ausencia de un estudio exhaustivo del sector económico relacionado, son algunas de las razones subyacentes detrás de las ineficiencias en la gestión de costos y la consiguiente disminución en la rentabilidad. (Espejo & Valiente, 2019).

Actualmente, numerosas empresas enfrentan desafíos que contribuyen a su fracaso pueden clasificarse en dos categorías: factores internos y factores externos. Entre los factores internos, destaca la falta de planificación y control en la gestión de costos y gastos, lo cual conlleva a una disminución de la rentabilidad. Por otro lado, algunas empresas inician sus actividades sin contar con un plan de negocios sólido que defina claramente sus metas a corto y largo plazo, volviéndolas vulnerables y poco sostenibles en el competitivo mercado laboral (Ruiz, 2022).

A nivel nacional

En el Perú, diversas empresas, se evidencian deficiencias significativas que obstaculizan la consecución de la rentabilidad. Estas deficiencias abarcan desde la gestión financiera, como la demora en el pago a proveedores hasta seis días y una alta dependencia de fondos por endeudamiento (63%), hasta aspectos operativos como la eficiencia en la administración con rotación de inventario en 2.64 días y un periodo de cobro a clientes de 17 días. La gestión de liquidez también presenta desafíos, con S/ 5.32 disponibles para hacer frente a cada sol de deuda. En términos de rentabilidad, se observa un ROA del 6.27%, un ROE del 54%, y una rentabilidad neta del 3.78%. Estos indicadores subrayan las complejidades y desafíos generalizados que enfrentan las empresas en busca de la rentabilidad en la actualidad (Vásquez, 2022).

Se observa un ligero aumento en la rentabilidad bruta, pasando del 22% en 2019 al 24% en 2020. Asimismo, la rentabilidad operativa experimenta un crecimiento, alcanzando el 20% en 2019 y el 22% en 2020. Estos datos sugieren una relación positiva entre el apalancamiento y la rentabilidad operativa, ya que se evidencia un incremento sutil en la rentabilidad operativa al crecer el apalancamiento. Se evidencia un aumento en la rentabilidad neta del 9% en 2019

al 11% en 2020, un incremento del 2%. Este ligero aumento respalda la idea de una relación directa entre el crecimiento del apalancamiento y el aumento leve en la rentabilidad neta (Muñoz, 2021).

En el año 2021, el rendimiento del activo fue del 3%, lo que implica que cada sol invertido en activos generó 3 céntimos de utilidad neta. En comparación con el año 2020, donde se alcanzó un rendimiento del 7% en el activo, generando 7 céntimos por cada sol invertido. En cuanto al rendimiento del patrimonio de la empresa en el año 2021, alcanzó un porcentaje del 10.58%, representando una rentabilidad de sus fondos propios. Esto significa que por cada sol invertido se generaron 10.58 céntimos. Contrariamente, en el año 2020, el rendimiento del patrimonio fue del 21.57%, generando una rentabilidad de 21.57 céntimos por cada sol invertido (Cuadros & Cuichap, 2022)

En cuanto a la rentabilidad sobre las ventas, se destacan resultados más favorables en el año 2019, alcanzando un 14%, aunque disminuyendo al 8% en el año 2020 y al 10% en el 2021. Esta tendencia refleja una notable disminución en la rentabilidad de la empresa en los últimos dos años, atribuible a deficiencias en sus controles internos, exacerbadas por la crisis sanitaria generada por la pandemia. Se recomienda encarecidamente evaluar y calcular la rentabilidad de manera precisa y anual para tomar decisiones informadas. Además, se sugiere invertir no solo en recursos tecnológicos, sino principalmente en el personal, lo que contribuirá al crecimiento y desarrollo de la empresa, repercutiendo positivamente en el mercado y aumentando las ganancias (Escobar et al., 2023)

A nivel local

NEGOCIOS ROYLI S.A.C, una empresa dedicada a la provisión de bienes de consumo en el mercado Moshoqueque, se especializa en la comercialización y distribución de una variada gama de productos esenciales para la vida cotidiana de los consumidores locales. Su oferta abarca alimentos básicos, productos de higiene personal, artículos de limpieza del hogar, medicamentos y otros elementos indispensables.

La empresa se esfuerza por satisfacer las necesidades de sus clientes en el mercado Moshoque, aprovechando su ubicación estratégica y una red de distribución eficiente para abastecer a la comunidad de manera oportuna y confiable. Sin embargo, durante los años 2020 a 2022, la empresa ha enfrentado desafíos para alcanzar la rentabilidad esperada, lo que representa un desafío crítico en su gestión empresarial.

La rentabilidad se revela como un factor crucial para evaluar la situación financiera de NEGOCIOS ROYLI S.A.C y su capacidad para mantener ganancias sostenibles. Por ende, esta investigación se centra en analizar la situación financiera de la empresa, haciendo hincapié en métricas clave como el margen de utilidad bruta, el margen de utilidad operativa, el margen de utilidad neta, la rentabilidad económica (ROA) y la rentabilidad financiera (ROE). El análisis también abordará los desafíos específicos que enfrenta la empresa en su búsqueda de rentabilidad, al tiempo que explorará oportunidades para mejorar.

1.2 Antecedentes de investigación

A nivel internacional

En Ecuador, Castillo et al. (2021) tuvo como objetivo implementar una estrategia de reducción de costos con el fin de mejorar la rentabilidad y la competitividad de la empresa. La metodología de investigación empleada se basó en un enfoque analítico descriptivo, utilizando técnicas que incluyeron la observación directa y entrevistas. Se determinó que la rentabilidad de la empresa se situó en niveles específicos, con un ROA del 0,1%, un ROE del 3%, una rentabilidad neta del 11% y una rentabilidad operativa del 53%. Se concluye que las estrategias de reducción de costos representan una valiosa herramienta de gestión que puede guiar la toma de decisiones estratégicas y contribuir al control de los gastos con el objetivo de maximizar los beneficios de la empresa.

En Argentina, Bua (2022) tuvo como objetivo optimizar la estructura de costos de Grupo Ledesma. Investigación cuantitativa. Los resultados revelaron que, en el ejercicio de 2019, se implementaron medidas para reducir los costos, lo que condujo a una disminución del 10% en los gastos de administración. Durante el ejercicio económico de 2020, se obtuvo una ganancia de \$735,891 por

operaciones continuadas después de impuestos, lo que representó el 2% de las ventas. Aunque este resultado no fue extraordinario, marcó una mejora significativa en comparación con las pérdidas anteriores. Además, los gastos administrativos disminuyeron en un 6% adicional. Se concluyó que sería beneficioso implementar un sistema de costos por procesos.

En México, Magaña & Leyva (2020) tuvo como objetivo determinar la composición del costo y la rentabilidad en el proceso productivo de una empresa que ofrece productos comestibles, la investigación descriptiva, no experimental. Los resultados señalaron que la estructura de costos en la producción de miel está compuesta en su mayoría por costos variables, representando un 67%, mientras que los costos fijos conformaron el 32%, siendo la depreciación de la infraestructura la principal partida, representando un 23%. Como conclusión, se identificó que la rentabilidad por cada una de las colmenas es de 158 pesos, y por activos fijos, se obtienen 305.3 pesos de ganancia. La relación beneficio-costo muestra que, por cada peso invertido, se obtienen 38 centavos de rentabilidad, lo que demuestra que esta actividad es rentable, ya que el rendimiento supera lo que se podría obtener en pagarés de renta fija.

En Indonesia, el estudio de Listiawati et al. (2021) el estudio tuvo como objetivo evaluar la relación entre la promoción de ventas y el volumen de ventas, se empleó una metodología cuantitativa y correlacional, utilizando datos de los costos de ventas de la empresa de 2018 a 2020. Durante el período analizado, los costos de ventas aumentaron de 23,300,000 a 25,241,000 unidades monetarias, lo que indica un crecimiento constante en los gastos de promoción a lo largo de estos años. El análisis de correlación reveló una fuerte relación positiva entre los costos de promoción y el volumen de ventas, con coeficientes de correlación de 0.839 en 2018, 0.771 en 2019 y 0.743 en 2020, todos superando el valor crítico de correlación de 0.708, los costos de promoción tienen un impacto significativo en las ventas, con más del 50% del volumen de ventas vinculado a estos gastos, según el coeficiente de determinación. Se concluyó que el aumento de los costos de promoción está relacionado con un aumento en las ventas, destacando la eficacia de las estrategias de promoción en el crecimiento de los ingresos.

En Colombia, Ochoa, et al. (2020) tuvieron por objetivo analizar la gestión de costos en las empresas MYPES, como herramienta de rentabilidad. Metodología cuantitativa y correlacional, con muestra de 30 gerentes de 10 empresas, encuestados mediante cuestionario y utilizando el análisis documental para la contabilidad de las empresas. Se tuvo que en la variable gestión de costos, la planificación de los costos tuvo una calificación media de 1.52 puntos de 5 (baja), el control de los costos también fue baja con 2.50 puntos de 5, los tipos de sistemas de costos también tuvo una calificación baja de 2.59 puntos. Por la parte de la rentabilidad, se tuvo que el estado de resultados tuvo un puntaje de 2.21 puntos, siendo inefectiva, al igual que la rentabilidad, con una media de 2.07 puntos, siendo también inefectiva. Se concluyó que los sistemas de costos de las empresas encuestadas se gestionan de manera ineficiente y no cuentan con sistemas de planificación de recursos para medir los costos por actividad, lo que ocasiona una dificultad en la planificación de costos y la ineficiencia en la rentabilidad.

A nivel nacional

En Ayacucho, Mendoza (2020) la investigación tuvo como finalidad proponer un plan estratégico para incrementar la rentabilidad, como estrategia metodológica de investigación se aplicó un enfoque cuantitativo; los hallazgos fueron que el ROA en 2017 fue del 20%, mientras que en 2018 disminuyó al 7%. En cuanto al ROE, en 2017 fue del 18%, pero en 2018 se redujo al 11%. Estos números indicaron que el negocio fue estable, pero en esencia poco rentable. A pesar de que las ventas en los periodos de 2017 y 2018 lograron cubrir todos los costos y gastos, la utilidad neta resultó ser muy baja. En 2017, la rentabilidad fue del 9%, pero en 2018 disminuyó al 4%. Se deduce que la falta de inversión en publicidad ha resultado en una disminución de las ventas, una gestión ineficiente de inventarios ha llevado a un aumento de los costos de venta, y la escasez de recursos humanos ha generado un déficit en la administración, debido a la falta de tiempo por parte del gerente ha conllevado que no se logre los objetivos de rentabilidad.

En Trujillo, Casanova (2020) tuvo como objetivo determinar cómo la gestión de costos incide en la eficiencia de ventas del servicio de un restaurante en Trujillo durante el 2019. Investigación mixta, descriptiva – explicativa. La muestra estuvo conformada por la muestra conformada por 40 trabajadores de diferentes áreas de

la empresa Los resultados revelaron que el 95% tenían un conocimiento limitado del marco normativo de la ley del impuesto a la renta. Además, el 80% carecía de un conocimiento adecuado en lo que respecta a la gestión de costos. En cuanto a los elementos del costo, el 87.5% tenía un conocimiento limitado o moderado, y el 70% no pudo identificarlos en los productos ofrecidos por la empresa. Se concluyó que la variable de gestión de costos influyó en la eficiencia de las ventas.

En Lima, Heredia & Rivero (2019) el propósito fundamental de este proyecto consistió en desarrollar e implementar un modelo de gestión de costos, incorporando técnicas y herramientas que contribuyen al aumento de la rentabilidad y a la prevención de pérdidas económicas en el proyecto bajo estudio. En términos de metodología, se empleó un enfoque aplicado, descriptivo, con un diseño no experimental y un enfoque mixto. La población objetivo del estudio fue analizada, y los resultados revelaron una tendencia positiva en cuanto a los indicadores de rendimiento de costos, como el CPI (Cost Performance Index), que alcanzó un valor de 1.19, y un margen operativo de S/ 132,717.62, representando el 15.75% del valor total del proyecto; se puede concluir que la planificación de costos se encuentra intrínsecamente ligada a la calidad del cronograma del proyecto, que en este caso demostró deficiencias en la representación precisa del alcance del estudio y los plazos de ejecución.

En Chimbote, Espejo y Valiente (2019), tuvieron por objetivo determinar el impacto de la gestión de costo de ventas en la rentabilidad. El estudio fue de tipo no experimental, correlacional y cuantitativo, con muestra 50 empresas comerciales encuestadas mediante cuestionario. Se tuvo que el nivel de la contabilidad de gestión fue regular según un 84%, según el 56%, su gestión de sistema de costos fue bueno; y según el 56%, la gestión de toma de decisiones fue regular. En cuanto a la rentabilidad financiera, según el 52% fue regular; el 56% manifestó que la rentabilidad económica fue regular, y la eficiencia fue buena según el 68%. Se concluyó que el impacto de la gestión de costo de ventas fue positivo, pues un aumento en la contabilidad de gestión, implicó en un aumento de la rentabilidad.

En Arequipa, Llallacachi, et al. (2020) tuvieron por objetivo determinar la relación entre la gestión de costos y la productividad en una empresa avícola, teniendo por metodología un enfoque cuantitativo y descriptivo, teniendo como

muestra los datos directos de los costos de 36 estados financieros de la empresa, de manera mensual, utilizando la revisión documental. Se tuvo que la planificación de costos, el monto total para la gestión fue de S/. 26,797,481.86, de los cuales 6,671,277.40 corresponden a costos fijos programados. Los costos variables son tres veces mayores que los costos fijos programados durante el período de estudio. Los costos variables se ejecutaron al 100% en relación con lo programado, y hubo una variación negativa en los costos fijos respecto del costo total, representando un 9% más de lo programado. La gestión de costos, a su vez, fue eficiente en 23 de los 36 meses analizados, y existe una relación alta e inversa ($r=-0.878$) entre la gestión de costos y la productividad, lo que concluyó que, a pesar de la eficiencia de la gestión de costos, la producción enfrenta problemas debido a la merma.

A nivel local

El estudio de Rivas (2020) el propósito de este estudio fue evaluar la gestión de costos y su relación con la toma de decisiones financieras de una empresa local. El estudio fue de diseño no experimental y de enfoque mixto, con una muestra de 37 trabajadores encuestados mediante cuestionario. Se observó que, en la planificación de costos, el 38% de los participantes manifestó que casi nunca se encuentra controlada el área de logística. Además, el costo de las materias primas raramente suele influenciar el precio de venta de los productos, según el 35% de los encuestados. Según el 30%, la empresa nunca cuenta con personas idóneas para la ejecución de los costos, y el 54% considera que la planificación de costos es deficiente. En conclusión, se encontró una deficiente planificación y ejecución en la gestión de costos, lo que afecta la toma de decisiones financieras de la empresa, principalmente debido a un presupuesto asignado inadecuadamente.

Mostacero (2020) tuvo como objetivo analizar la influencia de la rentabilidad en la gestión de costo de ventas, teniendo como metodología un diseño no experimental y de enfoque mixto, con una muestra de 21 trabajadores encuestados mediante cuestionario y entrevista. Resultó que el 75% consideró que no había un control de salida y entrada de productos en almacén, el 75% manifestó que la materia prima se determina de forma empírica e ineficazmente, el 70% señaló que los gastos en servicios públicos son considerados dentro de los costos de ventas, y en cuanto a la entrevista, manifestaron que la empresa no se encuentra en

condiciones económicas para aplicar un sistema de gestión de costos, y se desconoce el costo real de los productos. Se concluyó que la empresa ejecuta todos sus procesos de forma empírica, limitándose a una gestión adecuada de los costos e impactando en su rentabilidad.

Rosillo (2019) el propósito de esta investigación fue determinar el impacto de la implementación de un sistema de gestión de costos de producción en la mejora de la rentabilidad de un restaurante. El estudio siguió un diseño preexperimental de tipo explicativo y contó con una muestra de 18 trabajadores que fueron encuestados a través de cuestionarios. Se observó que antes de la implementación del sistema de costos, este era mínimo, con un 72.2% de los encuestados indicando esta situación. Además, el 33.3% manifestó que la gestión de costos era deficiente, mientras que el 44.4% señaló que la empresa no se basaba en pedidos específicos o pronósticos de ventas para controlar la cantidad a producir. Como conclusión de esta investigación, se determinó que la empresa requiere una gestión de costos más adecuada. Esto implica la identificación de los costos relacionados con el objeto de producción, la consideración de los costos directos del servicio, la selección de las bases de distribución, el cálculo del factor de costos indirectos por unidad y la determinación del costo total del trabajo.

Coronado (2019) tuvo como objetivo proponer un sistema de costos para las empresas ladrilleras, y teniendo como metodología un diseño no experimental, propositivo y de enfoque cuantitativo, con una muestra de 13 empresas ladrilleras y sus estados financieros mediante análisis documental, así como una encuesta a sus administradores o dueños. Se tuvo que, para el análisis se utilizó una empresa como muestra, teniendo en cuenta que su utilidad bruta del periodo de 2019 fue de 35.8%, la utilidad neta fue de 20.7% de los ingresos de ventas, un precio de venta por tonelada de ladrillo de S/. 144.00. En cuanto al modelo de costos, se implementó un sistema de costos por proceso, identificando cuatro centros de costos: Formado, Canteo-Secado, Asentado-Arreglo y Horno-Quema, lo que permitió calcular el costo de producción de manera más precisa y determinar la producción equivalente en cada centro de producción. Se concluyó que la empresa ha logrado mantener una buena rentabilidad y eficiencia en sus costos de

producción mediante la implementación de un sistema de costos por proceso y una gestión adecuada de sus recursos.

Neyra (2021) tuvo como objetivo evaluar cómo el sistema de costos basado en órdenes de producción impacta en la rentabilidad de una empresa. Este estudio se enmarca en una investigación de alcance descriptivo, dado que se enfoca en describir variables en un punto específico en el tiempo. Además, sigue un diseño transversal, lo que significa que se recolectaron datos en un solo momento temporal. La población objeto de estudio es la propia empresa, y la técnica empleada consiste en un análisis documental que se centra en examinar los Estados Financieros proporcionados por la empresa. Los resultados del estudio indican que la implementación del sistema de costos basado en órdenes de producción tiene un impacto positivo en la rentabilidad de la empresa. Esto se refleja en un aumento del 15.54% en la rentabilidad económica, calculada como la utilidad antes de impuestos. Asimismo, se observó un incremento significativo del 51.39% en la rentabilidad financiera, lo que se traduce en mayores beneficios para los accionistas de la empresa.

1.3 Teorías relacionadas al tema

1.3.1 Teorías de gestión de costo de ventas

1.3.1.1 Definición de gestión de costos de ventas

La gestión de costos abarca una serie de procesos y herramientas utilizados para coordinar eficientemente los recursos disponibles y alcanzar los objetivos económicos establecidos. Este enfoque implica la consideración minuciosa de los costos y gastos asociados con la producción, administración y venta de productos o servicios. La determinación de costos se logra a través de la planificación de costos, siendo esencial para la toma de decisiones acertadas. Facilita la estimación, asignación y control de los costos, permitiendo a la empresa anticipar gastos y minimizar la probabilidad de sobrepasar el presupuesto establecido, favorece obtención de resultados económicos favorables (Llallacachi et al., 2019).

Además, la gestión de costos simplifica la evaluación del margen de rentabilidad esperado y la intervención en los costos a través de herramientas y técnicas administrativas. Posibilita la cuantificación de los esfuerzos de la organización y la identificación de áreas de mejora, permitiendo un enfoque

estratégico en la optimización de recursos y la eficiencia operativa. En resumen, la gestión de costos se posiciona como un componente fundamental para el éxito económico de una empresa al proporcionar una base sólida para la toma de decisiones informadas y la mejora continua (Llallacachi et al., 2019).

1.3.1.2 Teoría de la partida doble

Se basa en el principio de la dualidad económica, que establece que los activos son iguales a la suma de los pasivos y el capital contable ($A = P + C$). Esto significa que todo lo que posee una entidad proviene de fuentes internas y externas, y todas las transacciones contables se registran utilizando el método de partida doble, que implica cargar y abonar cuentas para representar aumentos y disminuciones en activos, pasivos y capital contable. Este principio de la dualidad económica es universal y se cumple en todas las transacciones contables, sin importar su naturaleza (Contreras & Díaz, 2015).

1.3.1.3 Dimensiones de gestión de costos de ventas

según Llallacachi et al. (2019) la gestión de costos de ventas implica varias dimensiones clave que deben tenerse en cuenta para lograr una administración efectiva de los costos relacionados con las ventas. Las dimensiones son:

Producto: En contabilidad de costos, un producto se refiere a un artículo o servicio específico que una empresa fabrica o proporciona y que se somete a un proceso de seguimiento de costos. Los costos relacionados con la fabricación o prestación de ese producto se registran y asignan a ese producto en particular, lo que permite calcular el costo total de producción. Esto incluye costos directos, como materiales y mano de obra directa, así como costos indirectos, como costos generales de fabricación.

Operaciones: En este contexto, las operaciones son todas las actividades comerciales que incurren en costos. Esto puede incluir la compra de materias primas, la mano de obra directa y otros gastos relacionados con la producción o prestación de servicios. Las operaciones se rastrean y se asignan a productos o servicios específicos para calcular el costo de producción o prestación de servicios.

Distribución: En contabilidad de costos, la distribución se refiere a los costos relacionados con llevar los productos terminados desde la etapa de

producción hasta el cliente final. Esto incluye costos de almacenamiento, costos de envío, comisiones de intermediarios y cualquier otro gasto asociado con la entrega de productos a los clientes. El seguimiento de estos costos es esencial para calcular el costo total de un producto, los costos de producción y de distribución.

1.3.1.4 Elementos que contribuyen en los costos de una empresa

La organización: Según Quevedo (2019), la dimensión de organización abarca la implementación de procedimientos estandarizados para la adquisición de insumos, la instauración de mecanismos de control de inventarios, el establecimiento de sistemas formales de registro y supervisión de la mano de obra, la ejecución de programas de capacitación para los empleados, y la utilización de métodos apropiados para distribuir los costos indirectos de fabricación. En una organización bien estructurada y eficiente, se emplean formatos normalizados para solicitar y adquirir insumos, materias primas, materiales auxiliares, productos y mercancías. También se menciona que los mecanismos de control de inventarios son muy importantes, pues permite regular los niveles de inventario, lo que evita la escasez y el exceso de existencias. La existencia de un procedimiento formal de registro y control de la mano de obra también permite ahorrar costos, pues, contar con mecanismos para registrar la asistencia y el tiempo de trabajo de los empleados permite remunerar adecuadamente sus horas laborales de acuerdo con su horario de trabajo. Por último, menciona el indicador de métodos de distribución de costos indirectos, que implica contar con sistemas y criterios claros para asignar los costos indirectos a los productos o procesos correspondientes, de manera justa y precisa, permitiendo reducir costos adicionales y optimizándolos.

La contabilidad: La contabilidad de costos es un sistema completo que engloba la captura, categorización, asignación, repartición y supervisión de los costos vinculados a todas las operaciones de una empresa u entidad, abarcando áreas como producción, distribución, administración y financiamiento. Su función principal es recopilar información minuciosa acerca de los recursos empleados y los gastos generados en cada fase del ciclo productivo, desde la adquisición de materias primas hasta la entrega del producto o servicio final al cliente (Molina et al., 2019). Mediante la clasificación y asignación adecuada de los costos, se puede

determinar el costo real de producción de cada artículo o servicio ofrecido. Además, la contabilidad de costos busca distribuir los costos de manera equitativa entre los diferentes productos, procesos o áreas de la empresa, permitiendo así una adecuada asignación de recursos y una correcta evaluación del desempeño.

El seguimiento a los costos: Esta dimensión, para Castelblanco (2021), refiere al conjunto de actividades y procesos que una organización lleva a cabo para monitorear y gestionar sus costos de manera efectiva. Consiste en establecer sistemas y herramientas que permitan recopilar, analizar y evaluar la información relacionada con los costos incurridos en la producción, operaciones y ventas de la empresa. Algunas actividades implicadas incluyen el establecimiento de presupuestos, donde se definen límites de gastos para cada área; el registro y seguimiento de los costos propiamente dicho, donde se recopila información sobre los costos incurridos; e implementación de medidas correctivas, donde se toman acciones para corregir el control de costos, como ajustes en los procesos, renegociación de contratos, búsqueda de proveedores más rentables.

1.3.2. Teoría de rentabilidad

1.3.2.1. Definición de rentabilidad

Gutiérrez y Tapia (2020) definen la conveniencia económica como el resultado obtenido por un conjunto de recursos invertidos en actividades económicas que requieren recursos financieros y humanos para alcanzar un objetivo deseado en una etapa de producción. Por su parte, Chu (2020) la rentabilidad es un indicador del desempeño que tiene la empresa y otorga la visualización de los estados de gestión financiera en los departamentos de costos, gastos con el fin de minimizar e incrementar las utilidades. De esto es la importancia de los datos obtenidos de la rentabilidad, puesto que estos nos otorgan el poder tomar decisiones del comportamiento del desempeño.

Tariq et al. (2021), sugieren que los beneficios se derivan de inversiones y del manejo efectivo y control de materias primas en una empresa, evaluados en función de indicadores de pérdidas y ganancias. Según Akinyemi et al. (2021) La autoridad debe otorgarse al órgano de dirección principal de la empresa con el propósito de emplear eficazmente sus recursos y lograr beneficios a través de un control interno efectivo de las operaciones comerciales. Desde la perspectiva de la

rentabilidad empresarial, según el estudio de Tariq et al. (2021), se deduce que las empresas deben tener la capacidad de generar sus propios ingresos a partir de sus ventas, activos y recursos, lo que les permitirá mantener su presencia en el mercado de manera rentable. Esto se logra cuando sus ingresos y gastos son lo suficientemente sólidos como para garantizar una ganancia sostenible.

1.3.2.2. Dimensiones rentabilidad

Belloso, et al. (2021) proponen tres dimensiones dentro para medir la rentabilidad, para comprender y analizar estos indicadores es esencial para evaluar el rendimiento y la eficiencia de una empresa:

a. Ratios de liquidez

Según Eslava (2018), las ratios de liquidez evalúan la aptitud de una entidad para afrontar sus responsabilidades financieras en un plazo específico.

Indicadores

Razón de liquidez general: Mide la capacidad de la empresa para cumplir con sus deudas en un plazo breve. El pago puntual de las obligaciones en efectivo en un período fijado refleja la estabilidad del negocio. Esta métrica evalúa en qué medida los activos pueden ser transformados en efectivo, indicando que los activos circulantes abarcan el cumplimiento de deudas a corto plazo con acreedores.

$$Liquidez\ General = \frac{Activo\ Corriente}{Pasivo\ Corriente}$$

El índice aceptado señala que la empresa no está enfrentando dificultades; por lo tanto, debe superar el valor de 1. Si no es así, la empresa podría estar experimentando problemas.

Prueba ácida: Una de las métricas más importantes, pues permite evaluar la liquidez de los activos en comparación con los pasivos circulantes. Esta métrica excluye los inventarios y existencias, ya que se refiere a los activos que pueden convertirse rápidamente en efectivo.

$$Prueba\ Ácida = \frac{Activo\ Corriente - Inventario}{Pasivo\ Corriente}$$

Un coeficiente superior a 1 indica que la empresa posee activos líquidos suficientes para hacer frente a sus compromisos financieros. Es más positivo si este coeficiente se sitúa en un rango de 1.2 a 1.4 (Ortega,2020).

Capital de trabajo: Es un indicador financiero que revela los recursos disponibles para las operaciones a corto plazo de la empresa. Se calcula de la siguiente manera: Capital de trabajo = activo corriente – pasivo corriente

Rotación de cartera: Es útil para determinar el período que la empresa necesita para recibir los pagos de sus clientes. Se calcula de la siguiente forma:

$$\text{Rotación de cartera} = \frac{\text{Cuentas por cobrar promedio} * 360}{\text{Ventas}}$$

b. Ratios de Solvencia

Eslava (2018) señala que el índice de endeudamiento es un factor clave para evaluar la capacidad global de una organización para generar capital y cumplir con sus obligaciones financieras a largo plazo. Esto abarca aspectos como los intereses financieros, los pagos de capital y la amortización de préstamos. Estos indicadores comunican a los acreedores y accionistas su participación en los recursos de la empresa. Los indicadores más destacados incluyen:

Indicadores

Solvencia general: Evalúa la habilidad de la empresa para cumplir con sus obligaciones a corto y largo plazo. Su cálculo es el siguiente:

$$\text{Solvencia general} = \frac{\text{Activo total}}{\text{Pasivo total}}$$

Apalancamiento financiero: Involucra el respaldo proporcionado por terceros, que pueden ser instituciones o individuos, y su magnitud se determina mediante la relación entre los pasivos y los activos totales. La fórmula para calcularlo es la siguiente:

$$\text{Apalancamiento Financiero} = \frac{\frac{\text{Activo}}{\text{Fondos Propios}}}{\text{BAT/BAIT}}$$

En consecuencia, el activo se encuentra entre los fondos propios, y todo está relacionado con la rentabilidad antes de intereses (BAT) en relación con la rentabilidad antes de intereses e impuestos (BAIT).

Ratio de endeudamiento a largo plazo: Es un indicador que revela el nivel de endeudamiento de una entidad en comparación con su patrimonio neto y si sus activos están respaldados por préstamos. Su cálculo así:

$$\text{Endeudamiento a largo plazo} = \frac{\text{Pasivos no corriente}}{\text{Patrimonio}}$$

Cuando el nivel de endeudamiento supera el valor de 1, podemos observar que la deuda es mayor que el patrimonio de la empresa, lo que puede generar complicaciones al solicitar financiamiento

Ratio de endeudamiento: determina la parte de los activos de una entidad que se financian mediante deudas.

$$\text{Calidad de plazo de deuda} = \frac{\text{Pasivos}}{\text{Patrimonio}}$$

c. Ratio de rentabilidad

Está ligado a los ratios que posibilitan la medición de la rentabilidad en una empresa.

Indicadores

Rentabilidad económica: Eslava (2018) indica que la viabilidad económica está vinculada a la evaluación de ciertos períodos relacionados con los beneficios generados por los activos actuales. Por lo tanto, la rentabilidad económica se considera una manera de medir la salud financiera de una empresa. Su objetivo es ofrecer una valoración justa, garantizar la comparación de la rentabilidad entre distintas organizaciones y desestimar las diferencias entre las empresas en términos de financiación y los pagos de intereses que pueden afectar el valor de la rentabilidad

$$\text{Rentabilidad Económica (ROA)} = \frac{\text{Beneficio antes de intereses e impuestos}}{\text{Total activos}}$$

El ROA refleja la eficiencia con la que una empresa utiliza sus activos y proporciona una visión global de su productividad desde una perspectiva financiera.

En otras palabras, indica si la empresa es eficaz en la gestión de sus recursos. En ausencia de financiamiento de activos, la rentabilidad de la deuda corporativa puede variar. Esto depende de las políticas de financiamiento que presentan tanto ventajas como desventajas (Eslava, 2018)

Rentabilidad financiera: Según Eslava (2018) el retorno financiero (ROE) evalúa la habilidad de una empresa para retribuir a sus inversionistas que aportaron fondos a la empresa. Este indicador de rentabilidad examina cómo la organización puede recuperar los costos o inversiones realizados por terceros que respaldaron las operaciones empresariales y permitieron la generación de beneficios. La fórmula de cálculo es la siguiente:

$$\text{Rentabilidad Financiera (ROE)} = \frac{\text{Beneficio neto}}{\text{Patrimonio}}$$

En consecuencia, si posee el capital necesario para ganar presencia en el mercado y puede añadir una prima de riesgo al asociarse, es más probable que la empresa sea económicamente sostenible.

Margen de la utilidad operativa: Para Eslava (2018), este margen mide las ganancias obtenidas por la comercialización de productos o servicios individuales.

Su cálculo se realiza de la siguiente manera:

$$\text{Margen de la Utilidad Operativa} = \frac{\text{Utilidad Operativa}}{\text{Ventas}}$$

Margen de utilidad neta: Eslava (2018) señala mirar la utilidad neta vendida y obtener el porcentaje ganado por el valor económico de cada artículo vendido. Calculado de la siguiente manera:

$$\text{Margen de la Utilidad Neta} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas Netas}}$$

Cuanto más alto sea el índice es posible obtener una rentabilidad mayor.

Margen de utilidad bruta: Este indicador se destaca por considerar la ganancia bruta, que equivale al total de ventas menos el costo de los bienes vendidos, luego, se divide este valor entre las ventas totales para obtener un indicador de esta relación.

$$\text{Margen de la utilidad bruta} = \frac{\text{Utilidad Bruta}}{\text{Ventas Totales}}$$

1.4 Formulación del problema

¿De qué manera la gestión de costos de ventas incrementa la rentabilidad en negocios Royli S.A.C. 2023?

1.5 Justificación

La presente investigación se centra en la gestión financiera de Negocios ROYLI S.A.C durante el periodo 2022 en Chiclayo. A través de un análisis profundo, se abordan las teorías de la gestión de costos de ventas y para comprender su impacto en la rentabilidad de la empresa.

Justificación teórica:

Durante el desarrollo de esta investigación, se consolidó la base teórica relacionada con las variables clave bajo estudio. Se exploraron las teorías de la gestión de costos de ventas y el principio de partida doble en contabilidad, brindando un marco sólido para entender la incidencia de estas prácticas en la rentabilidad de Negocios ROYLI S.A.C en el año 2022.

Justificación práctica:

Este estudio desempeña un papel fundamental en la mejora de la gestión financiera de las empresas comerciales, presentando un enfoque más efectivo para aumentar la rentabilidad tanto para la empresa como para sus empleados y clientes. Los resultados obtenidos contribuyen al desarrollo de sistemas de gestión más sólidos, especialmente en estrategias de fijación de precios y competitividad en el mercado.

Justificación metodológica:

Se diseñó una propuesta para mejorar la rentabilidad de Negocios ROYLI S.A.C. en Chiclayo durante el año 2022, se abordaron las recomendaciones estratégicas. La metodología empleada, que incluyó técnicas de encuesta y enfoques deductivos, se seleccionó cuidadosamente por su capacidad para obtener datos significativos y conclusiones sólidas que respaldaran de manera efectiva las estrategias financieras propuestas.

1.6 Hipótesis

H1: Si se propone las estrategias de gestión de costos de ventas incrementará la rentabilidad en Negocios Royli S.A.C. 2023

H0: Si se propone las estrategias de gestión de costos de ventas no incrementará la rentabilidad en Negocios Royli S.A.C. 2023

1.7 Objetivos

1.7.1. Objetivo general

Proponer estrategias de gestión de costos de ventas para incrementar la rentabilidad en Negocios Royli S.A.C. 2023

1.7.2. Objetivos específicos

Analizar la rentabilidad actual de la empresa de Negocios Royli S.A.C. 2023

Identificar los costos de ventas en la empresa Negocios Royli S.A.C. 2023

Diseñar estrategias de gestión de costos de ventas para incrementar la rentabilidad en Negocios Royli S.A.C. 2023

II. MATERIALES Y MÉTODOS

2.1 Tipo y diseño de investigación

Tipo de investigación

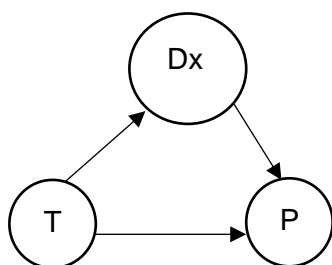
Se utilizó una combinación de enfoques cualitativos y cuantitativos en un solo estudio, con el propósito de aportar una mayor profundidad al tema de investigación. La diversidad de fuentes de información se basa en una variedad de métodos, lo que aumenta la solidez del estudio al proporcionar información detallada y exhaustiva. La aplicación de diferentes técnicas de investigación ha resultado en propuestas para resolver la problemática, mejorando así la viabilidad de la investigación (Hernández & Mendoza, 2018).

Diseño de investigación

El diseño de esta investigación es no experimental, siguiendo el enfoque de Hernández y Mendoza (2018). En este diseño, se recopila información de las variables en el entorno natural de los participantes, sin realizar manipulaciones deliberadas. Además, se emplea un diseño transversal basado en Ulenaers (2021), que implica medir las variables a lo largo de todo el proceso de investigación. En este estudio, se utilizará un cuestionario como herramienta para medir las variables, sin modificar la calidad educativa de los participantes.

Figura 1

Diseño de la investigación



Donde

Dx diagnóstico de rentabilidad

T: Aspectos teóricos

P: Modelo de estrategias financieras

2.2 Población y muestra

Población: La población de esta investigación comprendió los estados financieros de los años 2020 – 2022, y también incluyó al contador de la empresa como parte de las unidades de estudio. Según Bernal (2016), la población de estudio se refiere al conjunto de seres, personas, objetos o cosas presentes en un contexto específico. Se tomó en cuenta la información de los estados financieros de los últimos tres años y al personal directamente vinculado con las labores contables y financieras de la empresa. Se excluyeron los estados financieros anteriores a 2020 y al personal no relacionado con estas actividades.

Muestra: Para esta investigación no se consideró una muestra en específica. Se define como muestra a un subconjunto de la población de estudio (Bernal, 2022).

2.3 Variables y operacionalización

Gestión de costos: Es un enfoque estratégico y sistemático que abarca los procesos y métodos utilizados para coordinar de manera efectiva los recursos disponibles en una organización con el fin de alcanzar los objetivos económicos previamente establecidos. Este proceso implica la consideración exhaustiva de los costos y gastos asociados con la producción, administración y comercialización de bienes o servicios (Llallacachi et al., 2019).

Rentabilidad: Para Chu (2020) la rentabilidad es un indicador del desempeño que tiene la empresa y otorga la visualización de los estados de gestión financiera en los departamentos de costos, gastos con el fin de minimizar e incrementar las utilidades. De esto es la importancia de los datos obtenidos de la rentabilidad, puesto que estos nos otorgan el poder tomar decisiones del comportamiento del desempeño.

2.4 Variables y operacionalización

Tabla 1

Operacionalización de la variable gestión de costos de ventas

Variable	Dimensión	Indicador	Técnica instrumento
Gestión de costo de ventas	Producto	Rotación de inventario por producto	Entrevista Guía de Entrevista
		Costos de adquisición del producto	
		Costo de almacenamiento	
		Costos de merma	
	Operaciones	Costos de administración	
		Costos de mantenimiento y reparaciones	
		Costos de alquiler y servicios básicos	
	Distribución	Costos de financiamiento	
		Costos de promoción	
		Costos de transporte	

Tabla 2*Operacionalización de la variable rentabilidad*

Variable	Dimensión	Indicador	Formula	Técnica instrumento
Rentabilidad	Ratio de rentabilidad	Rentabilidad económica (ROA)	Beneficios antes de interés e impuestos / Total activo	Análisis documental Guía documental
		Rentabilidad financiera (ROE)	Beneficio neto / Patrimonio	
		Margen de utilidad bruta	Utilidad Bruta / Ventas totales	
		Margen de utilidad operativa	Utilidad Operativa/ Ventas Totales	
		Margen de utilidad neta	Utilidad Neta / Ventas Totales	
	Ratios de liquidez	Razón de liquidez general	Activo corriente/ Pasivo corriente	
		Prueba ácida	Activo corriente – inventario / Pasivo corriente	
		Capital de trabajo	Activo corriente – Pasivo corriente	
	Ratios de Solvencia	Rotación de cartera	Cuenta por cobrar promedio * 360 / Ventas	
		Solvencia general	Activo total / Pasivo total	
Ratio de endeudamiento a largo plazo		Pasivo no corriente / Patrimonio		
		Ratio de endeudamiento	Pasivo / Patrimonio neto	

2.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validación y confiabilidad

Técnicas: Se aplicó la entrevista al contador de la empresa. La entrevista consistió en un conjunto de preguntas diseñadas específicamente para abordar las variables de interés, facilitando así la recopilación de datos esenciales para la investigación (Bernal, 2016). Análisis documental: Se realizó el análisis a los estados financieros de la empresa, respaldado por un análisis horizontal y vertical de las ratios de rentabilidad para evaluar las ganancias de la empresa. Además, se ha empleado la técnica de análisis documental para recopilar los informes financieros de la empresa desde 2019 hasta 2022 (Hernández & Mendoza, 2018).

Instrumentos

Guía de análisis documental: Para llevar a cabo el análisis documental, se ha seguido una guía específica basada en la metodología propuesta por Ñaupas et al. (2018). Esta técnica implica la revisión y verificación de los estados financieros de la empresa, lo que permite obtener una comprensión detallada de su situación económica y financiera en los años 2019 y 2022. La guía de entrevista: La guía de la entrevista define los temas a abordar durante el diálogo entre el entrevistador y la persona que proporciona la información. Las preguntas pueden ser preparadas con anticipación o surgir de manera espontánea durante la entrevista.

Validación: Según Sánchez (2019), la validez se refiere al grado en que un instrumento mide de manera precisa lo que se pretende evaluar. La confiabilidad: Según Sánchez (2019), la confiabilidad de un instrumento se relaciona con la consistencia en los resultados cuando se utiliza repetidamente en el mismo individuo u objeto.

2.6 Procedimiento de análisis de datos

La selección de la empresa para el estudio se llevó a cabo con la aprobación de la alta dirección, quienes comprendieron la importancia de proporcionar los estados financieros de los años 2020 y 2022. Las personas responsables del negocio acordaron suministrar dichos datos, y luego, se procedió con la entrevista, detallando las áreas de interés y las preguntas relevantes para la población en estudio. Respecto al procesamiento de los estados financieros, se realizó un

análisis de datos utilizando Microsoft Excel 2019, aprovechando sus capacidades para generar cuadros y gráficos que ilustran los resultados de las encuestas y facilitarán el logro de los objetivos.

2.7 Criterios éticos

Según Belmont (2016) Consentimiento informado: Se ha comunicado de manera clara a los individuos y colaboradores del estudio, incluyendo al gerente y directivos de la compañía, los objetivos específicos de la investigación con fines académicos para obtener un título profesional. Confidencialidad: Se ha priorizado la confidencialidad de los datos, garantizando su uso exclusivo para los propósitos de la investigación y evitando compartirlos con otros fines. La identidad de los participantes se ha protegido, asegurando la no divulgación de sus datos personales. La observación participante: Los autores desempeñaron un rol activo en la recopilación de datos, actuando de manera ética e imparcial en relación con los resultados. Esta aproximación contribuyó a establecer una relación de confianza con los participantes del estudio.

2.8 Criterios de rigor científico

En el presente estudio, se adopta la perspectiva de Belmont (2016) para evaluar los criterios de rigor aplicados. La credibilidad: Se fundamenta en la rigurosa selección de información utilizada para definir el problema de investigación, su contexto y el marco teórico. La obtención de datos confiables se ha logrado mediante métodos e instrumentos validados por expertos. La consistencia de esta investigación se ha alcanzado mediante la estructuración del trabajo con información proveniente de diversas fuentes, como libros, artículos y tesis de autores relevantes. La inclusión de teorías, definiciones, conceptos y modelos relacionados con el tema de estudio respalda la coherencia y robustez del marco teórico y, por ende, de la investigación en su conjunto. La conformabilidad o reflexividad se manifiesta en la investigación a través de la alineación de los resultados obtenidos con las explicaciones proporcionadas por los participantes del estudio. Esta coherencia refleja una cuidadosa reflexión y análisis de los datos recopilados, asegurando que las interpretaciones y conclusiones sean congruentes con las experiencias y perspectivas de los participantes, contribuyendo así a la validez del estudio.

III. RESULTADOS

3.1. Resultados en tablas y figuras

Analizar la rentabilidad actual de la empresa de Negocios Royli S.A.C. 2023

Tabla 3

Análisis vertical del balance general del 2020, 2021 y 2022

A C T I V O				Análisis vertical		
Activo corriente	2020	2021	2022	2020	2021	2022
Caja	180,110.00	112,929.00	137,523.00	39%	24%	28%
Clientes						
Cuentas por cobrar comerciales - terceros						
Cuentas por cobrar comerciales - relacionadas						
Mercaderías	267,351.00	349,486.00	325,187.00	58%	73%	67%
Materiales Auxiliares, Suministros y Repuestos						
Total activo corriente	447,461.00	462,415.00	462,710.00	96%	97%	96%
Activo no corriente						
Inmuebles, Maquinaria y Equipo						
Depreciación	-	-	-			
Activo diferido	16,661.00	12,552.00	17,361.00	4%	3%	4%
Otros activos no corrientes		683	3979	0%	0%	1%
Total activo no corriente	16,661.00	13,235.00	21,340.00	4%	3%	4%
Total activo	464,122.00	475,650.00	484,050.00	100%	100%	100%
P a s i v o						
Pasivo corriente						
Sobregiros y Préstamos Bancarios						
Tributos por Pagar	13,571.00	9,514.00	205.00	3%	2%	0%
Remuneraciones por Pagar						

Proveedores						
Total pasivo corriente	13,571.00	9,514.00	205.00	3%	2%	0%
Pasivo no corriente						
Total pasivo no corriente						
Total pasivo	13,571.00	9,514.00	205.00	3%	2%	0%
Capital social	250,000.00	250,000.00	250,000.00	54%	53%	52%
Resultados acumulados	179,628.00	194,378.00	216,136.00	39%	41%	45%
Resultado del Ejercicio	20,923.00	21,758.00	17,709.00	5%	5%	4%
Total patrimonio	450,551.00	466,136.00	483,845.00	97%	98%	100%
Total pasivo y patrimonio	464,122.00	475,650.00	484,050.00	100%	100%	100%

En el análisis vertical tenemos que nuestra caja representa el 339% de nuestros activos en el 2020, en el 2021 representa el 24% de los activos y en el 2021 el 28% lo que significa una alta proporción de los activos, en cuanto a la mercadería tenemos que en la empresa la mercadería representa un porcentaje del 58% de activos en el 2020, en el 2021 del 73% de los activos y en el 2022 del 67% de los activos teniendo en cuenta que es el que representa el mayor porcentaje en activo total. El activo corriente es mayor que nuestro pasivo corriente, además identificamos que todo su dinero adquirido va a caja ya que esta empresa no tiene cuentas por pagar ni cuentas por cobrar ya que todas sus actividades lo realizan al contado, la empresa tiene un capital mayor al 50% de los pasivo y patrimonio, donde se identifica que la empresa realiza sus actividades solo con recursos propios y sin recursos ajenos, además se denota que no ha realizado ningún tipo de inversión durante los años analizados.

Tabla 2

Análisis vertical del Estado de Resultado del 2019, 2020 y 2021

	2020	2021	2022	2020	2021	2022
Ventas netas o ing por servicios	2,221,783.00	2,385,623.00	2,353,294.00			
Ventas netas	2,221,783.00	2,385,623.00	2,353,294.00	100%	100%	100%
Costo de ventas	(2,127,726.00)	(2,287,650.00)	(2,325,703.00)	-96%	-96%	-99%
Utilidad (o Pérdida) Bruta	94,057.00	97,973.00	27,591.00	4%	4%	1%
Gatos de ventas	(49,999.00)	(38,543.00)	(4,574.00)	-2%	-2%	0%
Gastos de Administración	(23,135.00)	(28,568.00)	(5,309.00)	-1%	-1%	0%
Resultados de operación	20,923.00	30,862.00	17,708.00	1%	1%	1%
Ingresos no Operativos						
Otros gastos operativos						
Gastos financieros						
Otros ingresos de gestion						
Total Otros Ingresos y (gastos)						
Resultado antes de Partic. Y del Imp. A la Renta	20,923.00	30,862.00	17,708.00	1%	1%	1%
Impuesto a la Renta						
Participación de Utilidades						
Utilidad antes de Interes Minoritario	20,923.00	30,862.00	17,708.00	1%	1%	1%
Utilidad Neta del Ejercicio	20,923.00	30,862.00	17,708.00	1%	1%	1%

En análisis vertical identificamos que el costo de ventas está en un 96% de las ventas en el año 2020 y 2021 y en el año 2022 este aumenta a un 99% esto suele ser a que la empresa no ha sabido administrar bien su costo de ventas ya que es muy elevado , la utilidad bruta nos representa el 4% de las ventas en el año 2020 y 2022, y de acuerdo al alto costo de ventas que se tiene en el 2021 ha disminuido en ese mismo año en un 3% la utilidad bruta, de acuerdo, a los gastos de ventas según las ventas tenemos

que se representa en un 2% en los años 2020 y 2021 y en el año 2022 estos disminuyeron al 0.2%, los gastos administrativos en los tres años consecutivos fue del 1% de las ventas. Al igual que la utilidad neta que está representada por 1% de las ventas.

Tabla 3

Análisis horizontal del estado de resultados del 2020, 2021 y 2022

	2020	2021	2022	%	%
Ventas netas o ing por servicios	2,221,783.00	2,385,623.00	2,353,294.00		
Ventas netas	2,221,783.00	2,385,623.00	2,353,294.00	7%	-1%
Costo de ventas	(2,127,726.00)	(2,287,650.00)	(2,325,703.00)	8%	2%
Utilidad (o Pérdida) Bruta	94,057.00	97,973.00	27,591.00	4%	-72%
Gatos de ventas	(49,999.00)	(38,543.00)	(4,574.00)	-23%	-88%
Gastos de Administración	(23,135.00)	(28,568.00)	(5,309.00)	23%	-81%
Resultados de operación	20,923.00	30,862.00	17,708.00	48%	-43%
Ingresos no Operativos					
Gastos financieros					
Total Otros Ingresos y (gastos)					
Resultado antes de Partic. Y del Imp. A la Renta	20,923.00	30,862.00	17,708.00	48%	-43%
Impuesto a la Renta					
Participación de Utilidades					
Utilidad antes de Interés Minoritario	20,923.00	30,862.00	17,708.00	48%	-43%
Utilidad Neta del Ejercicio	20,923.00	30,862.00	17,708.00	48%	-43%

En el análisis horizontal se identifica que las ventas en el 2021 han aumentado en un 7% con respecto al año 2020, pero en el año 2021 disminuyó en un 1% con respecto al año 2021, así mismo la utilidad bruta en el año 2021 disminuyó considerablemente en un 72% de las ventas del 2021, la utilidad operativa como la utilidad neta en el 2020 aumentó en un 48%, lo que no sucede en el 2022 ya que estas disminuyeron en un 43%

Tabla 4*Índice de rentabilidad*

Descripción	Fórmula	2020		2021		2022	
Margen de utilidad bruta	Utilidad Bruta	94,057.00		97,973.00		27,591.00	
	Ventas Totales	2,221,783.00	4%	2,385,623.00	4%	2,353,294.00	1%
Margen de Utilidad operativa	Utilidad Operativa	20,923.00		30,862.00		17,708.00	
	Ventas Totales	2,221,783.00	1%	2,385,623.00	1%	2,353,294.00	1%
Margen de utilidad neta	Utilidad Neta	20,923.00		30,862.00		17,708.00	
	Ventas Totales	2,221,783.00	1%	2,385,623.00	1%	2,353,294.00	0.75%
Rentabilidad económica (ROA)	Beneficios antes de interés e impuestos	20,923.00	5%	30,862.00	6.5%	17,708.00	3.66%
	Activos totales	464,122.00		475,650.00		484,050.00	
Rentabilidad financiera (ROE)	Beneficio neto	20,923.00	5%	30,862.00	6%	17,708.00	3.7%
	Patrimonio	450,551.00		475,650.00		484,050.00	

En el margen de utilidad bruta muestra un porcentaje menor al 5% en el año 2019. 2020 y 2021 lo que significa el porcentaje de ingresos que la empresa ha obtenido con relación a los costos necesarios para obtenerla. En el 2019 y 2020 la utilidad neta es de 1% del patrimonio, por lo que los socios tuvieron un rendimiento del 1% de su inversión, en el año 2021 la empresa tuvo una utilidad menor al 1% del patrimonio, es decir un rendimiento de 0.75% de la inversión. De ello podemos decir que la empresa en los tres años consecutivos tiene un margen de utilidad bajo. Según el ROA se tiene que por cada sol invertido en activos totales en el año 2019 la entidad generó 5 centavos de la utilidad neta, en el 2020 se generó 6.5. En el ROE tenemos que la utilidad neta en el 2019 es de 5% del patrimonio, lo que significa que los inversionistas obtuvieron un rendimiento sobre su inversión del 5%, en el 2020 los socios obtuvieron un rendimiento del 6% de su inversión y en el 2021 se obtuvo un 3.7% del rendimiento de su inversión, donde podemos identificar que en el año 2021 los socios obtuvieron menos beneficios representados por un 3.7%

Tabla 5*Índice de liquidez*

DESCRIPCIÓN	FORMULA	2020	2021	2022
Razón de liquidez general	Activo corriente / Pasivo corriente	447,461.00	462,415.00	462,710.00
		32.97	48.60	2257.12
Prueba acida	Activo corriente - elementos del inventario / Pasivo corriente	447,461.00	462,415.00	462,710.00
		13.27	11.87	670.84
capital de trabajo	Activo corriente - Pasivo corriente	447,461.00	462,415.00	462,710.00
		433,890.00	452,901.00	462,505.00
	Cuentas por cobrar promedio*360	13,571.00	9,514.00	205.00
		0	0	0
Rotación de cartera		-	-	-
		0.00	0.00	0.00
		360.00	360.00	360.00
		0.00	0.00	0.00
		2,221,783.00	5,836,815.59	10,243,776.62

En el análisis realizado a los diferentes años tenemos que en la liquidez general en año 2019 es de 32.97 es decir la empresa puede cubrir 32 veces sus pasivos corrientes y en el año 2021 de 48.6.12 lo que significa que se cubrirá 48 veces su pasivo corriente y en año 2021 de 2257.12 con lo que la entidad puede cubrir 2257.12 veces sus pasivos corrientes. De ello se logra identificar que su liquidez en los tres años consecutivos es muy elevada por lo que la empresa puede cubrir hasta 2257 veces sus pasivos corrientes, con ello se puede determinar que la empresa tiene capacidad para pagar sus obligaciones a corto plazo.

En análisis realizado se observa que la empresa para pagar sus obligaciones a corto plazo sin contar con las existencias en el año 2020 se tiene que por cada sol de deuda se tuvo 13.27 soles para cubrirla, en el 2021 por cada sol de deuda la empresa tuvo 11.87 soles para pagar y en el 2022 por cada sol de deuda la entidad tuvo 670.84 soles para pagarla, de esto podemos decir que la empresa puede cubrir con sus obligaciones a corto plazo satisfactoriamente, pero también vemos que la empresa tiene exceso de liquidez pues no está invirtiendo bien sus recursos, por lo que no le permite obtener mayores beneficios. Según el capital de trabajo podemos identificar que la entidad en los tres años consecutivos cuenta con un monto superior a los 400 mil soles para realizar sus actividades después de cancelar sus deudas a corto plazo.

Tabla 6*Índice de solvencia*

Descripción	Fórmula	2020		2021		2022	
Solvencia general	Activo total	464,122.00	34.20	475,650.00	49.99	484,050.00	2361.2
	Pasivo total	13,571.00		9,514.00		205.00	
Apalancamiento financiero	(Activo /Fondos propios) / (BAT/BAIT)	464,122.00 / 450,551.00 = 1.00	1.03	475,650.00 / 466,136.00 = 1.00	1.02	484,050.00 / 483,845.00 = 1.00	1.00
Ratio de endeudamiento a largo plazo	Pasivo no corriente	-	0	-	0	-	0
	Patrimonio	450,551.00		466,136.00		483,845.00	
Ratio de endeudamiento	Pasivo	13,571.00	0.03	9,514.00	0.02	205.00	0.0
	Patrimonio neto	450,551.00		466,136.00		483,845.00	

En el índice de solvencia se identifica que la empresa cuenta con un índice demasiado elevado en los años analizados, de lo que se infiere que la entidad posee la capacidad de cumplir con todas sus obligaciones, pero, su activo corriente es muy elevado lo cual afecta a la entidad, puesto que ese dinero puede llegar a perder su valor, lo que la entidad debería hacer es invertir de manera correcta ese dinero en fin de obtener más beneficios. En el apalancamiento financiero nos muestra que la empresa en los años estudiados se encuentra en condiciones óptimas para financiarse. Lo que se observa en esta empresa durante el periodo analizado es que no está utilizando sus recursos de forma correcta, debido a que el índice de endeudamiento es inferior a 0.4

Tabla 7*Análisis DUPONT*

Análisis DuPont	2020	2021	2022
Margen Utilidad Neta	1%	1%	0.75%
Rotación de activos			
Totales	4.79	5.02	4.86
Multiplicador Financiero	1	1	1
ROA	5%	6.5%	3.66%
ROE	5%	6%	3.7%

En el análisis DUPONT llegamos a observar que la empresa se encuentra bien en sus ventas y también podemos identificar que la empresa cuenta con un buen ROE de 5 y 6% en el 2020 y 2021, debido a que se ha incrementado el ROA y el apalancamiento financiero en el mismo año, sin embargo, el ROE podría

incrementar mucho más si es que la empresa realiza un mejor uso de sus recursos propios. Además, también se tienen un buen ROA del 5, 6 ya que se aumentado el ROI. En el año 2022 debido a las consecuencias que trajo consigo el COVID se disminuyó las ventas y otros factores con lo que generó una disminución tanto en el ROA y el ROE, sin embargo, la empresa cuenta con lo necesario para restablecerse y optar por nuevas estrategias en fin de mejorar su rentabilidad para aportar beneficios satisfactorios para sus socios.

Tabla 8

Entrevista al contador de la empresa

Preguntas	Respuestas
1 ¿Cómo se hace el control de inventarios de los productos, nos detallar acerca de las estrategias para mantener un adecuado inventario?	En nuestra empresa, el control de inventarios se realiza de manera cuidadosa y sistemática. Implementamos estrategias como el uso de software de gestión de inventarios que nos permite realizar un seguimiento en tiempo real de los niveles de existencias. Además, aplicamos el método de inventario justo a tiempo para evitar excesos o faltantes. La rotación de inventarios también es monitoreada regularmente para optimizar la eficiencia y minimizar el costo de mantener productos en almacén
2 ¿Se aplican estrategias de costos de compra de productos para obtener un mejor precio, que nos puede comentar?	Sí, aplicamos estrategias de costos de compra para obtener precios más favorables. Negociamos con proveedores, exploramos descuentos por volumen y evaluamos constantemente nuevas opciones en el mercado para asegurarnos de obtener los mejores términos posibles. Además, mantenemos relaciones sólidas con proveedores de confianza para garantizar la calidad de los productos a precios competitivos.
3 ¿Se asumen costos de almacenamiento en esta empresa, nos puede detallar?	En nuestra empresa, asumimos costos de almacenamiento que incluyen alquiler de almacén, servicios públicos y mantenimiento. Sin embargo, estamos constantemente evaluando oportunidades para optimizar estos costos, como la implementación de prácticas de almacenamiento más eficientes y la negociación de tarifas competitivas con proveedores de servicios
4 ¿Respecto a los costos de administración se ha tenido aumentos o se	Después de la situación de pandemia, hemos implementado medidas para controlar y reducir los

<p>mantiene después de la situación de pandemia?</p>	<p>costos de administración. Aunque inicialmente hubo algunos aumentos debido a la implementación de nuevas tecnologías para adaptarnos a la situación, estamos trabajando en estrategias a largo plazo para mantener estos costos bajo control</p>
<p>5 ¿Cuáles son los costos que se asumen fijos que se asumen en local y otros servicios?</p>	<p>Los costos fijos incluyen alquiler del local, servicios públicos, salarios del personal y otros gastos operativos. Estos costos se han mantenido relativamente estables, y estamos constantemente buscando formas de eficiencia para asegurarnos de que sean sostenibles a largo plazo</p>
<p>6 ¿Cuál es la proporción de préstamos bancarios con respecto al capital propio invertido en el negocio?</p>	<p>La proporción de préstamos bancarios con respecto al capital propio invertido es mínima en nuestra empresa. Preferimos financiar nuestras operaciones principalmente con recursos propios para mantener una estructura financiera sólida y reducir la dependencia de préstamos externos</p>
<p>7 ¿Se desarrollan estrategias de promoción para mejorar las ventas, que nos puede precisar?</p>	<p>Desarrollamos estrategias de promoción que incluyen campañas en redes sociales, descuentos especiales y participación en eventos locales. Además, nos enfocamos en la mejora de la visibilidad en línea y en la participación activa en la comunidad para fortalecer nuestra presencia y atraer a nuevos clientes.</p>
<p>8 ¿Cómo se gestionan los costos asociados con el transporte de productos?</p>	<p>Los costos asociados con el transporte de productos son gestionados mediante la optimización de rutas, negociación con proveedores de logística y el uso eficiente de tecnologías de seguimiento. Buscamos constantemente formas de mejorar la eficiencia en esta área para reducir costos.</p>

En la entrevista con el contador de la empresa, se destaca la atención cuidadosa y sistemática al control de inventarios, utilizando software de gestión y estrategias como el inventario justo a tiempo para optimizar la eficiencia. La empresa también aplica estrategias de costos de compra, negociando con proveedores y manteniendo relaciones sólidas para asegurar precios competitivos. Además, se asumen costos de almacenamiento, pero se buscan constantemente oportunidades para optimizarlos. Después de la pandemia, se han implementado medidas para controlar los costos de administración, y la proporción de préstamos bancarios respecto al capital propio es mínima.

La empresa desarrolla estrategias de promoción, incluyendo campañas en redes sociales y participación en eventos locales, y gestiona los costos de transporte mediante la optimización de rutas y negociación con proveedores. Se demuestra un enfoque proactivo en la gestión de inventarios, costos de compra, almacenamiento, administración y financiamiento. Se destacan esfuerzos para adaptarse a la situación postpandemia, optimizando costos y desarrollando estrategias de promoción para impulsar las ventas. La eficiencia en la gestión de costos de transporte también refleja un compromiso continuo con la optimización operativa.

Segundo objetivo específico: Identificar los costos de ventas en la empresa Negocios Royli S.A.C. 2023

Costos generados cada año

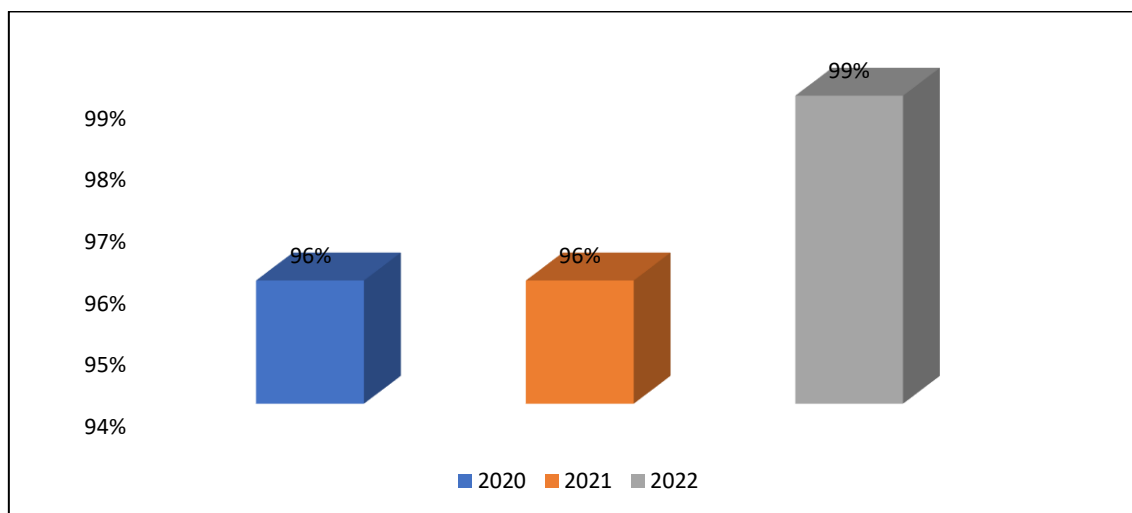
Tabla 9

Análisis de costo de ventas del año 2020 al 2022

Año	Resultado	%
2020	2,127,726.00	96%
2021	2,287,650.00	96%
2022	2,325,703.00	99%

Figura 2

Análisis de costo de ventas del año 2020 al 2022



Interpretación

Ahora, al incluir los porcentajes y los años en el análisis, se observa que los costos de ventas de "Negocios Royli S.A.C." han experimentado un aumento constante y significativo en los últimos tres años. En el año 2020 y 2021, los costos de ventas representaron el 96% de las ventas netas, indicando una proporción relativamente constante en esos años. Sin embargo, en el año 2022, este porcentaje se elevó notablemente al 99%. Este incremento del 3% en el porcentaje de costos de ventas con respecto a las ventas netas en el año 2022 sugiere un impacto más pronunciado de los factores que han contribuido al aumento de los costos operativos. La escasez de insumos y el aumento en los precios del combustible, identificados previamente, podrían haberse intensificado o haber surgido nuevos desafíos en ese año.

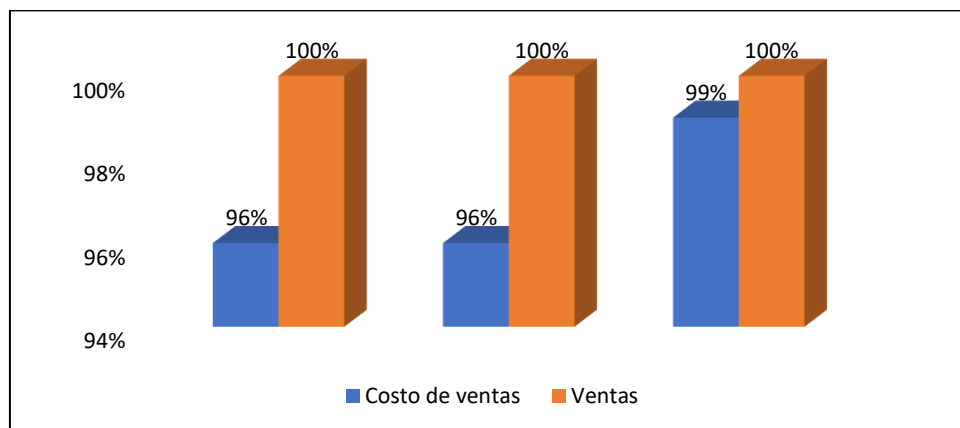
Tabla 10

Análisis comparativo entre las ventas que se realiza en un año y costo de ventas que se asume

Años	Costo de ventas		Ventas	
	Resultado	%	Resultado	%
2020	2,127,726.00	96%	2,221,783.00	100%
2021	2,287,650.00	96%	2,385,623.00	100%
2022	2,325,703.00	99%	2,353,294.00	100%

Figura 3

Análisis comparativo entre las ventas que se realiza en un año y costo de ventas que se asume



Interpretación

En el análisis comparativo de los años 2020, 2021 y 2022 para "Negocios Royli S.A.C.", se destaca una tendencia preocupante. A pesar de un crecimiento constante en las ventas netas, indicado por los resultados del 100% en cada año, se observa un aumento significativo en el costo de ventas en el año 2022. En el año 2020 y 2021, los costos de ventas representaron el 96% de las ventas netas, lo que sugiere una eficiencia operativa constante en términos de control de costos. Sin embargo, en el año 2022, este porcentaje se elevó dramáticamente al 99%, indicando un desequilibrio entre los ingresos generados por las ventas y los costos asociados con la comercialización de productos.

La disminución en la utilidad neta, ya que el aumento en los costos de ventas puede superar el incremento en las ventas netas. Es fundamental que la empresa analice detenidamente las razones detrás de este aumento en los costos de ventas, ya que puede afectar significativamente la rentabilidad y sostenibilidad financiera de la compañía. Es posible que se requieran estrategias para optimizar la cadena de suministro, mejorar la eficiencia operativa y abordar cualquier factor específico que esté contribuyendo a este aumento desproporcionado en los costos.

Tabla 11

Análisis de costo de ventas con las demás cuentas

	2020	2021	2022	2020	2021	2022
Ventas netas	2,221,783.00	2,385,623.00	2,353,294.00	100%	100%	100%
Costo de ventas	-2,127,726.00	-2,287,650.00	-2,325,703.00	-96%	-96%	-99%
Utilidad (o Pérdida) Bruta	94,057.00	97,973.00	27,591.00	4%	4%	1%
Gastos de ventas	-49,999.00	-38,543.00	-4,574.00	-2%	-2%	0%
Gastos de Administración	-23,135.00	-28,568.00	-5,309.00	-1%	-1%	0%
Resultados de operación	20,923.00	30,862.00	17,708.00	1%	1%	1%

El Costo de Ventas en 2020 representó aproximadamente el 96% de las Ventas Netas. Esto indica que, de cada dólar generado en ventas, aproximadamente las 96 unidades monetarias se utilizaron para cubrir los costos asociados con la adquisición y comercialización de los abarrotos. En 2021, el patrón se mantuvo constante, con el Costo de Ventas representando alrededor del 96%

de las Ventas Netas. Esto sugiere que la eficiencia en la gestión de costos se mantuvo y que la empresa pudo mantener un equilibrio en sus márgenes. En 2022, se observa un aumento significativo, llegando al 99%. Esto indica que, en este año, el Costo de Ventas aumentó en comparación con las Ventas Netas. Este aumento puede deberse a factores como incremento en los precios de insumos, cambios en la estructura de costos, o variaciones en la eficiencia operativa.

Tabla 12

Entrevista acerca de la rentabilidad de la empresa

N°	Preguntas	Respuestas
1	¿Cuáles son las estrategias financieras que se aplican para lograr una mejor rentabilidad económica?	Se tienen estrategias como la diversificación de productos, la expansión de mercados y la mejora continua de la eficiencia operativa. Además, evaluamos regularmente nuestra estructura de costos para identificar áreas de mejora y maximizar la rentabilidad económica.
2	¿Qué nos puede comentar acerca de los resultados de la rentabilidad financiera lograda en su empresa?	La rentabilidad financiera ha sido sólida en años anteriores. Sin embargo, estamos enfocados en optimizar aún más nuestros procesos y explorar nuevas oportunidades de crecimiento para mejorar continuamente estos resultados.
3	¿Respecto a los últimos resultados de utilidad neta que nos puede comentar qué problemas se han tenido o son los resultados esperados?	En relación con la utilidad neta, hemos enfrentado desafíos en el último año, particularmente relacionados con el aumento de los costos de ventas. Estamos evaluando de cerca las razones detrás de este aumento y trabajando en estrategias para mantener y mejorar los resultados en el futuro
4	¿Qué nos puede comentar acerca de la liquidez general de la empresa, ha sido la adecuada, o se ha tenido problemas?	La liquidez general ha sido sólida, respaldada por una gestión financiera prudente. Hemos mantenido un equilibrio adecuado entre activos líquidos y pasivos a corto plazo, lo que nos ha permitido cumplir con nuestras obligaciones de manera oportuna y mantener flexibilidad financiera
5	¿Acerca del capital de trabajo, es suficiente, se ha tenido la necesidad de recurrir a pedir un aumento de los socios?	El capital de trabajo ha demostrado ser suficiente para respaldar nuestras operaciones continuas. Hasta la fecha, no ha sido necesario recurrir a solicitar un aumento de los socios, lo que refleja la eficiencia en la

		gestión de recursos y la estabilidad financiera de la empresa
6	¿En referencia a la solvencia que nos puedes comentar respecto a sus obligaciones en el corto plazo y largo plazo?	La solvencia de la empresa en ambos plazos es positiva. Nuestra capacidad para cumplir con las obligaciones financieras a corto plazo es respaldada por una posición sólida de efectivo y activos líquidos. Además, a largo plazo, mantenemos una estructura financiera equilibrada, minimizando la dependencia de deudas a largo plazo y asegurando la estabilidad financiera a medida que avanzamos.
7	¿Se ha tenido la necesidad de obtener financiamiento para cumplir con sus obligaciones o no tuvieron problemas?	No hemos experimentado la necesidad de obtener financiamiento adicional para cumplir con nuestras obligaciones. La empresa ha sido capaz de cubrir sus compromisos financieros mediante la generación de ingresos y la gestión eficiente de los recursos disponibles

En la entrevista con el contador, se revela una gestión financiera enfocada en estrategias como la diversificación de productos, la expansión de mercados y la mejora continua de la eficiencia operativa para lograr una mejor rentabilidad económica. Se destaca la evaluación constante de la estructura de costos para identificar áreas de mejora y maximizar los resultados económicos. Aunque la rentabilidad financiera ha sido sólida en años anteriores, la empresa muestra un compromiso continuo con la optimización, explorando nuevas oportunidades de crecimiento.

En relación con la utilidad neta, se reconocen desafíos recientes, especialmente en el aumento de los costos de ventas. La empresa está proactivamente evaluando las causas y trabajando en estrategias para mantener y mejorar los resultados en el futuro. La liquidez general se describe como sólida, respaldada por una gestión financiera prudente, manteniendo un equilibrio adecuado entre activos líquidos y pasivos a corto plazo.

En cuanto al capital de trabajo, se confirma su suficiencia para respaldar las operaciones continuas, sin necesidad de recurrir a aumentos de socios. La solvencia, tanto a corto como a largo plazo, es positiva, respaldada por una posición

sólida de efectivo y activos líquidos, así como una estructura financiera equilibrada que minimiza la dependencia de deudas a largo plazo. Además, la empresa no ha experimentado la necesidad de obtener financiamiento adicional para cumplir con sus obligaciones, demostrando una capacidad de autogestión y generación de ingresos.

3.2. Discusión de resultados

En el análisis de la rentabilidad actual de la empresa de Negocios Royli S.A.C. 2023, en el 2020 y 2022 la utilidad neta es de 1% del patrimonio, por lo que los socios tuvieron un rendimiento del 1% de su inversión, en el año 2021 la empresa tuvo una utilidad menor al 1% del patrimonio, es decir un rendimiento de 0.75% de la inversión. De ello podemos decir que la empresa en los tres años consecutivos tiene un margen de utilidad bajo. Según el ROA se tiene que por cada sol invertido en activos totales en el año 2020 la entidad generó 5 centavos de la utilidad neta, en el 2021 se generó 6.5. En el ROE tenemos que la utilidad neta en el 2019 es de 5% del patrimonio, lo que significa que los inversionistas obtuvieron un rendimiento sobre su inversión del 5%, en el 2021 los socios obtuvieron un rendimiento del 6% de su inversión y en el 2021 se obtuvo un 3.7% del rendimiento de su inversión, donde podemos identificar que en el año 2021 los socios obtuvieron menos beneficios representados por un 3.7%.

La empresa cuenta con una base financiera sólida, la falta de inversión adecuada limita su rentabilidad. La liquidez en Negocios ROYLI S.A.C. sugiere la capacidad de cubrir pasivos corrientes múltiples veces, pero también plantea preocupaciones acerca de la inversión adecuada para la obtención de beneficios adicionales. Según Castillo, et al. (2021), la empresa tiene una rentabilidad significativamente menor en comparación a los altos índices de liquidez de Negocios ROYLI S.A.C. (11% frente a los índices de liquidez mencionados), lo que sugiere que Negocios ROYLI S.A.C. podría estar infrautilizando sus recursos líquidos y debería considerar estrategias de inversión para aumentar su rentabilidad, en línea con la preocupación expresada en los resultados. Es por ello, Mendoza (2020) propone un plan estratégico para canalizar los recursos y la solvencia de la empresa, y así mejorar la rentabilidad a mediano y largo plazo; por tanto, los factores que estarían afectando a la rentabilidad serían la escasa

publicidad, deficiente gestión de inventarios y la carencia de recursos humanos eficientes. De estos antecedentes, se debe tener en cuenta la importancia de un plan de gestión financiera y de costos para canalizar la solvencia obtenida por la empresa, a la luz de los autores anteriormente mencionados.

En cuanto a la identificación de los costos de ventas en la empresa, a través de un análisis financiero detallado, se observa que la empresa tiene una alta proporción de activos en efectivo y mercadería, así como una alta liquidez. Se destaca que la empresa opera principalmente con recursos propios, carece de deudas a corto plazo y no ha realizado inversiones significativas en activos fijos durante los años analizados. Además, se proyecta el desempeño financiero a cinco años, considerando un crecimiento del 3% en las ventas y una reducción del 4% en los costos de ventas.

Por otro lado, se resalta una mejora en la liquidez debido a estrategias de inversión con índices de liquidez proyectados de 2.4, 2.5, 2.66, 2.79 y 2.92 para los años 2023 a 2027, lo que sugiere que la empresa puede cumplir con sus obligaciones a corto plazo de manera efectiva. En cuanto a la rentabilidad, el margen de utilidad bruta es del 5% de las ventas proyectadas, mientras que el ROA es del 5% para los años proyectados, mientras que el ROE se sitúa en el 8%, lo que significa un rendimiento favorable para los accionistas.

Los resultados mencionados concuerdan con Mostacero (2020), quien, al analizar la rentabilidad, observó que, a pesar de contar con una rentabilidad adecuada, el 75% de sus encuestados consideró que no había control de inventarios, lo que implica que la empresa no aprovecha plenamente su solvencia financiera para realizar una gestión más efectiva de sus costos y, por ende, no optimiza su rentabilidad. Estos hallazgos sugieren que la empresa podría estar dejando pasar oportunidades valiosas para maximizar sus beneficios al no tener un control efectivo de sus recursos y activos, lo que podría traducirse en una mejora significativa en su rentabilidad. Por otro lado, los resultados de Espejo y Valiente (2019) señalan que el sistema de costos de la empresa analizada fue considerado eficiente por el 56% de sus encuestados. Este dato es relevante porque una gestión eficaz de los costos juega un papel crucial en la mejora de los resultados financieros y la toma de decisiones estratégicas.

Debido a los problemas existentes en la gestión de inventarios, la gestión de precios y la suficiente solvencia para implementar medidas que mejoren la eficacia de la empresa, se elaboraron estrategias de gestión de costos de ventas que abarcan la gestión de en la cadena de suministros, gestión de compras y gestión de reducción de pérdidas por caducidad, con el objetivo de incrementar la rentabilidad en la empresa. La primera estrategia se enfoca en la optimización de su cadena de suministros. Reconociendo la importancia de una cadena de suministros bien gestionada, desde los proveedores hasta los clientes, la empresa busca garantizar la disponibilidad constante de productos de alta calidad.

La segunda estrategia se centra en la gestión de compras, iniciando con un histórico de ventas, luego se llevará a cabo una evaluación a la oferta de proveedores y productos para optimizar la selección y se planea proyectar una oferta mensual y a largo plazo basada en datos históricos, lo que permitirá una gestión más eficiente de las compras. La tercera estrategia se enfoca en reducir las pérdidas por caducidad, optimizando el inventario por niveles de stock mínimos y máximos, asimismo, utilizando lectores de códigos de barras compatibles con el software ERP mencionado anteriormente, para controlar las fechas de vencimiento. En el caso de Bua (2022), se logró una mejora en la rentabilidad al reducir los gastos de administración en un 10%, además, se mencionó la importancia de implementar un sistema de costos por procesos para optimizar aún más los recursos y mejorar la rentabilidad. Confirmando así lo mencionado también por Heredia y Rivero (2019), la planificación de costos está en función de la calidad del cronograma y una gestión adecuada de la misma, repercutirá positivamente en la rentabilidad.

3.3. Aporte científico (propuesta de investigación)

3.3.1. Generalidades

De acuerdo con los resultados obtenidos del análisis realizado en diversos años, se ha observado que la empresa ha experimentado un aumento en su capacidad de afrontar sus obligaciones financieras desde 2020. En ese año, la liquidez general se situó en 32.97, lo que significa que la empresa podría cubrir sus pasivos corrientes 32 veces. En el año 2021, este indicador continuó aumentando, alcanzando 48.6, y en 2022 se incrementó significativamente a 2257.12. Esto indica

que la empresa posee una alta liquidez en los años analizados, lo que le permite hacer frente a sus compromisos financieros a corto plazo. Sin embargo, es importante señalar que estos índices indican un exceso de liquidez que podría no ser la estrategia financiera más adecuada. En relación con el análisis de solvencia, se ha identificado que la empresa muestra un índice de solvencia alto en todos los años proyectados. Además, en comparación con años anteriores, ha logrado mejorar significativamente su índice de solvencia, sin embargo, es importante destacar que la empresa enfrenta un desafío debido a la elevada cantidad de activos corrientes, lo cual puede resultar en la pérdida de valor de estos fondos, por lo tanto, es crucial que la empresa invierta de manera adecuada estos recursos con el objetivo de generar mayores beneficios. Además, es relevante señalar que la empresa carece de una planificación financiera adecuada en sus operaciones diarias, ya que lleva a cabo sus actividades sin considerar criterios de mejora y utiliza de manera ineficiente sus recursos, esto es particularmente importante dado que el nivel de endeudamiento es inferior al 0.40, lo que indica que no se está realizando ninguna inversión con el propósito de obtener mayores ganancias. En el balance general de la cuenta de activos, se tiene que en los años analizados se tiene excesivo dinero en efectivo que puede crear desvalor si no es utilizado correctamente. En consecuencia, de ello, es importante que la rentabilidad obtenida en los años anteriores es necesario canalizar hacia una estrategia de gestión de costos de ventas que pueda incrementar la rentabilidad para los años posteriores.

3.3.1. Justificación de la propuesta

La justificación de esta propuesta se encuentra respaldada desde un enfoque teórico, ya que diversos escritores han ofrecido argumentos en relación con el tema en cuestión, estos antecedentes han contribuido a familiarizarse con la literatura existente y a comprender las carencias o estrategias empleadas para evaluar la rentabilidad. Además, se han identificado autores que destacan la importancia de la rentabilidad y la planificación financiera como factores cruciales para una comprensión más profunda, haciendo uso de métodos y herramientas adecuadas para obtener información confiable para la propuesta.

De igual manera, la empresa Negocios ROYLI S.A.C. exhibe una sólida liquidez, solvencia y viabilidad económica, esta afirmación es respaldada desde un

enfoque práctico, dado que se han detectado deficiencias significativas en la gestión financiera. Dadas estas circunstancias sobresalientes, las razones y justificaciones para la formulación de planes financieros revisten tal importancia que pueden contribuir significativamente a la mejora del rendimiento de las empresas y al aumento de los beneficios para sus accionistas. Evaluar las organizaciones desde una perspectiva de conocimiento y finanzas conduce a tomar decisiones más acertadas en el actual contexto empresarial.

3.3.2. Descripción de la empresa

Negocios ROYLI S.A.C. Chiclayo se destaca como un emprendimiento dedicado a la provisión de una amplia gama de productos, que incluye abarrotes y alimentos esenciales para el día a día. Su área de operaciones se extiende a través de la ciudad de Chiclayo, abasteciendo a diversos mercados y puestos de venta estratégicamente ubicados en la región. La versatilidad de su oferta atrae tanto a clientes que compran al por mayor para abastecer sus negocios como a aquellos que realizan compras al por menor para satisfacer sus necesidades individuales.

Visión: Situarse entre los principales proveedores intermediarios de la región para el año 2025, destacándose por su excelencia en el servicio.

Misión: Ofrecer productos de primera calidad a precios competitivos, asegurando una entrega confiable y puntual para atender las necesidades de comerciantes y diversos negocios de manera eficaz.

Valores

Calidad: Compromiso con la calidad de los productos ofrecidos, asegurando que los abarrotes y alimentos de primera necesidad sean frescos y de alto estándar.

Confianza: Mantener la confianza de los clientes, tanto al por mayor como al por menor, mediante entregas confiables y cumplimiento de promesas.

Puntualidad: Garantizar que las entregas se realicen de manera puntual y eficiente, permitiendo a los clientes planificar sus operaciones sin contratiempos.

Accesibilidad: Ofrecer precios accesibles para atraer a una amplia gama de clientes, desde pequeños negocios locales hasta empresas de mayor envergadura.

3.3.3. Objetivos

Objetivo general: Desarrollar estrategias de planificación financiera con el objetivo de potenciar la rentabilidad de Negocios ROYLI S.A.C

Objetivos específicos

Detallar las estrategias para mejorar la gestión de costo de ventas para la empresa Negocios ROYLI S.A.C.

Definir el presupuesto de las estrategias para mejorar la gestión de costo de ventas para la empresa Negocios ROYLI S.A.C.

3.3.4. Desarrollo de la propuesta para mejorar la gestión de costo de ventas

Estrategia de gestión en la cadena de suministros

Estrategia de gestión de compras

Estrategias de gestión de reducción de pérdidas por caducidad

ESTRATEGIA I: Estrategias de gestión en la cadena de suministros

Tabla 13

Estrategias de gestión en la cadena de suministros

Estrategias	Acciones	Detalle de actividades
Gestión en la cadena de suministros	Evaluar y renegociar con proveedores actuales	Revisar en detalle los contratos actuales con los proveedores para comprender las condiciones y términos acordados previamente. Identificar cualquier cláusula que pueda ser objeto de renegociación, como plazos de pago, descuentos por volumen, políticas de devolución, entre otros.
	Desarrollar un catálogo de productos a empresas finales	Evaluar diseños modelo para la elaboración del catálogo
	Implementar softwares de gestión de pedidos, inventarios y procesamiento de transacciones	Investigar y seleccionar un software de punto de venta (POS) confiable y adecuado para el negocio, como Vende Más POS Pocket Pro que permita gestionar las ventas, inventario y transacciones de manera eficiente.

Utilizar las capacidades de generación de informes del software para analizar las tendencias de ventas, identificar productos de alto rendimiento y tomar decisiones informadas sobre estrategias de inventario y precios.

La Estrategia I se enfoca en optimizar la cadena de suministros de Negocios ROYLI S.A.C., centrándose en la gestión eficiente de cada paso, desde el proveedor hasta el cliente. Se reconoce la importancia de garantizar la calidad y la eficiencia en la entrega de productos en todo el proceso. Esta estrategia se basa en la premisa de que una cadena de suministros bien gestionada es fundamental para garantizar la disponibilidad constante de productos de alta calidad para los clientes.

Objetivos

Evaluar y renegociar contratos con el 80% de los proveedores actuales para obtener un 10% de reducción de costos en compras y mejorar los plazos de entrega.

Desarrollar un catálogo de productos específico para empresas finales con la finalidad de diversificar los productos en exhibición y promocionar productos con descuentos.

Implementar softwares de gestión de pedidos, inventarios y procesamiento de transacciones para aumentar la eficiencia operativa en un 20%.

Acciones

Las acciones para evaluar y renegociar los contratos vigentes son esenciales para gestionar de manera eficaz los costos de venta finales, pues un precio de compra implicaría positivamente en el precio de venta. Este proceso implica un análisis detallado de los términos y condiciones acordados previamente, lo que permite comprender mejor los compromisos mutuos y garantizar el cumplimiento de los acuerdos. El proceso de evaluación de proveedores se hará teniendo en cuenta los parámetros de la tabla 7:

Tabla 14

Análisis de proveedores

Empresa	Nivel de eficiencia	Cumple con la fecha acordada en entrega	Ofrecen valor agregado a sus productos	Tipo de cliente que busca	Tipo de estrategia que utiliza
	Muy bueno	Sí	Sí, asesoría y capacitación a sus clientes respecto a los productos ofrecidos	mayor Proveedores mayoristas y minoristas	Cadena de suministro sólida y una distribución eficiente.
Mayorista de Abarrotes Sicán S.A.C	Regular	A veces	No	Proveedores mayoristas y minoristas	Ajuste de precios
ALICORP S.A.A.	Muy bueno	Sí	Sí, material promocional y de	Proveedores mayoristas	Estrategia centrada en la B2B
NESTLÉ S.A.A.	Bueno	Sí	Sí, envío y cambios a cero costos	Proveedores mayoristas	Estrategia centrada en la colaboración con distribuidores B2B
MONDELEZ S.A.A.	Muy bueno	Sí	Sí, material promocional y de marketing para los distribuidores	Proveedores mayoristas	Programas de incentivos a los distribuidores por volumen de compra

Asimismo, desarrollará un catálogo de venta de los productos disponibles, con actualizaciones mensuales para adaptarse a las estaciones del año y la disponibilidad de productos. Esta iniciativa se basa en dos sólidas referencias para su elaboración:

Figura 4

Catálogo simple tipo menú

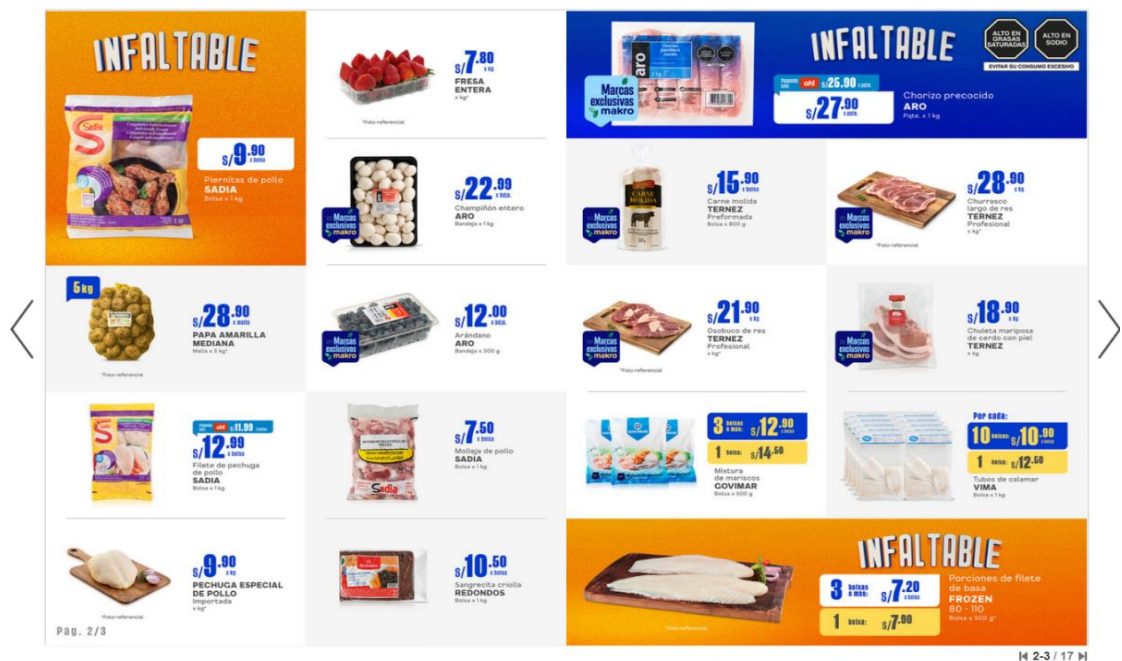


Nota. Tomado de *Lista de Precios de Productos TIENS – Distribuidor* por Tianslovercorp (2015).

La primera propuesta es un catálogo simple de los productos disponibles más importantes, teniendo en cuenta la disponibilidad y fecha de vencimiento de los productos. Se planea elaborar un catálogo cada 20 días, con la posibilidad de elaborar más de un catálogo según la demanda del producto. Estará elaborada de papel bond simple impreso, con una cubierta de mica A4 para documentos, teniendo un precio total de S/. 2.00 en total, por cada hoja de catálogo.

Figura 5

Catálogo especializado por categorías



Nota. Tomado de *Catálogos Makro* por Makro.pe (2023)

La segunda propuesta es un catálogo especializado por categorías, teniendo como referencia a cadenas especializadas en mayoreo como Makro. El catálogo está elaborado con papel offset simple, teniendo un precio de S/. 12.00 negociable por catálogo. Las medidas para establecer un sistema de mejora en la gestión de pedidos, inventarios y procesamiento de transacciones se enfocan en tres acciones principales, la primera consiste en evaluar un software de punto de venta (POS) adecuado para el negocio en menos de dos meses. Se considera la opción inicial del POS Vendemás Pocket Pro de Niubiz, valorado en S/. 235.00, complementado con un software de control de inventario como Zoho Inventory, cuya licencia tiene un costo de S/. 560.00. A continuación, se implementarán lectores de códigos de barras compatibles con ambos programas para agilizar la entrada de productos y minimizar errores de ingreso manual. Además, se aprovecharán las capacidades de generación de informes de software para analizar las tendencias de ventas, identificar productos de alto rendimiento y perfeccionar el control de inventario y las adquisiciones futuras. Esta estrategia se plantea para reducir significativamente los procesos manuales y aumentar la eficiencia operativa. Como última estrategia, se desea potenciar la mejora del sistema de transacciones e inventario con la compra

de una licencia del software de generación de informes ERP SAP, para identificar productos de alto rendimiento y tomar decisiones informadas acerca de las estrategias de inventario y precios actualizados.

ESTRATEGIA II: Estrategias de gestión de compras

Tabla 15

Estrategias de gestión de compras

Estrategias	Acciones	Detalle de actividades
	Elaborar histórico de ventas	Revisar registros y documentos de ventas pasadas, como facturas, recibos y registros de transacciones. Generar informes de ventas periódicos que resuman los datos históricos clave, como ingresos totales, márgenes de ganancia y unidades vendidas.
Gestión de compras	Evaluar la oferta	Evaluar la oferta histórica. Proyectar la oferta de los productos disponibles.
	Automatizar los procesos de compra	Recepción de productos de los proveedores según lo acordado en los términos de compra mediante un proceso estandarizado Utilizar el sistema ERP SAP generar órdenes de compra automatizadas y un registro detallado de compras

La Estrategia II de Negocios ROYLI S.A.C. se enfoca en la gestión de compras, abordando tres aspectos clave. En primer lugar, se elabora un histórico de ventas detallado para comprender las tendencias y demandas del mercado, luego, se evalúa exhaustivamente la oferta de proveedores y productos para optimizar la selección, y se busca automatizar los procesos de compra mediante la implementación de tecnología avanzada para agilizar la adquisición de productos

Objetivos

Aumentar la eficiencia operativa reduciendo los tiempos de procesamiento de compras en un 20% a través de la automatización.

Mejorar la toma de decisiones en compras mediante el análisis del histórico de ventas, logrando un aumento del 15% en la precisión.

Optimizar el control de inventario para reducir los costos de almacenamiento en un 10%.

Acciones

Como primera acción, se llevará a cabo una exhaustiva auditoría financiera mediante el análisis pormenorizado de registros contables históricos, incluyendo estados financieros, libros diarios y registros de transacciones. Este proceso se efectúa utilizando avanzados sistemas de gestión contable, como el software ERP SAP, que facilita la información contable de libros diarios y flujos de caja, con el fin de identificar tendencias, desviaciones y patrones financieros que sirvan de base para la toma de decisiones estratégicas y la optimización de la gestión financiera de la empresa. Como segunda acción se plantea evaluar la oferta histórica para proyectar posteriormente una oferta mensual y a largo plazo, teniendo en cuenta las tendencias históricas del producto.

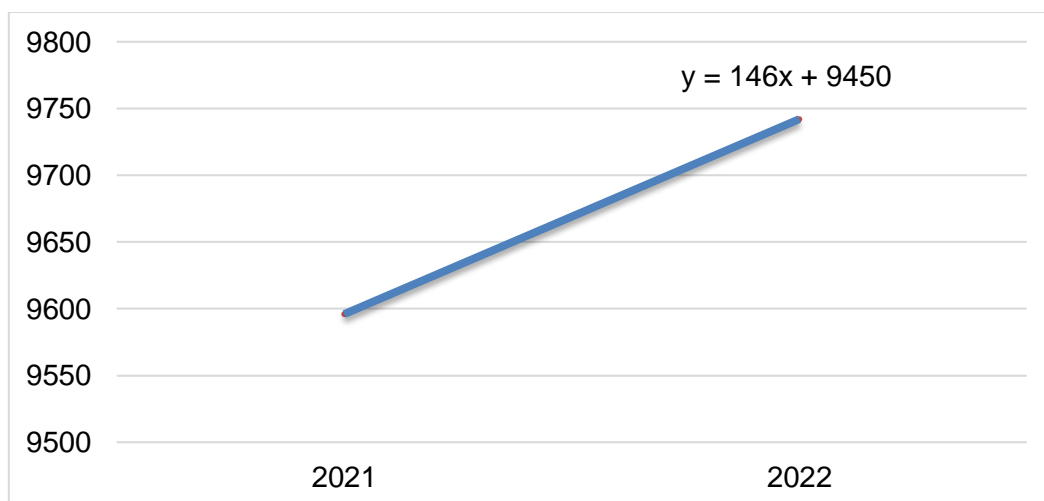
Tabla 16

Oferta anual histórica estimada de 2021 y 2022

Años	Oferta
2021	9596
2022	9742

Figura 6

Oferta histórica 2021 y 2022



Debido a que se carece de información exacta acerca de la oferta de los productos de los años 2021 y 2022 en la empresa, se estimó a partir de las ventas anuales. La proyección de la oferta total se hizo teniendo en cuenta el procedimiento estadístico del método de los cuadrados ordinarios, considerando una oferta de:

$$Y = ax + b$$

Donde la pendiente está determinada por la ecuación:

$$a = \frac{n \sum(x * y) - \sum x * \sum y}{n \sum(x^2) - |\sum x^2|}$$

Y el intercepto es:

$$b = \frac{\sum y * \sum(x^2) - \sum x * \sum(x * y)}{n \sum(x^2) - |\sum x^2|}$$

Tabla 17

Proyección de oferta al 2024

Productos	2024											
	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Set	Oct	Nov	Dic
Saldo total	1200	1265	1245	1251	1243	1238	1283	1246	1288	1255	1229	1207

Nota. Elaboración propia.

Tabla 18

Proyección de oferta al 2025

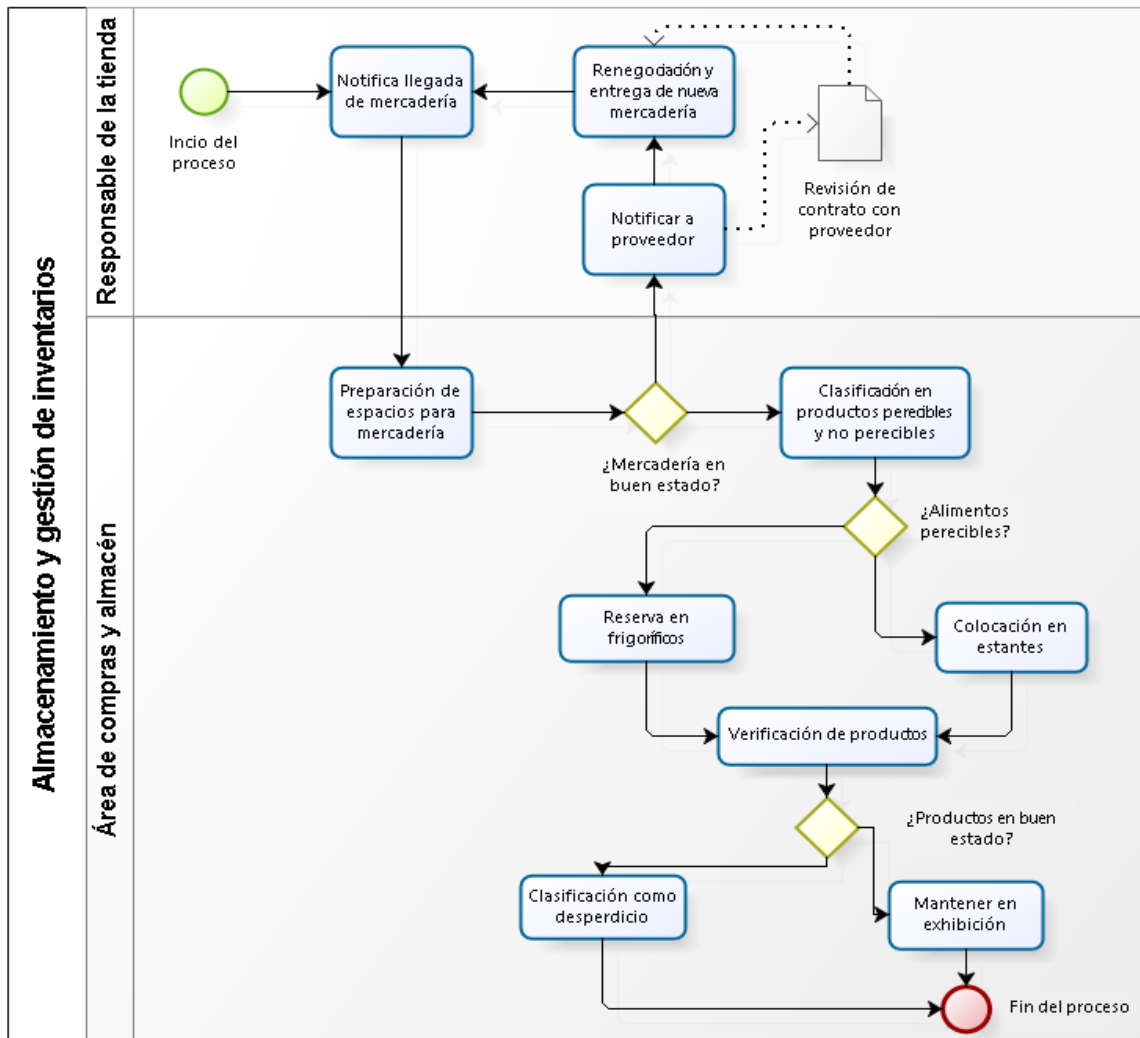
Productos	2025											
	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Set	Oct	Nov	Dic
Saldo total	1292	1289	1287	1291	1311	1318	1325	1346	1365	1375	1389	1419

Nota. Utilizando los datos históricos anteriores, se estimó la proyección de la oferta total de los productos por unidad para los años 2024 y 2025, lo que permitirá tener una mayor información acerca de cuántos productos adquirir para la venta. En la tercera acción, se recepcionaron los productos de los proveedores, teniendo

en cuenta el flujograma de procesos para estandarizar la entrada de productos al almacén.

Figura 7

Flujograma de almacenamiento y gestión de inventarios



Este proceso consiste en almacenar y gestionar la mercadería provista en la fase anterior. La fase comienza desde el responsable de la tienda, quien notifica la llegada de la mercadería, posteriormente, en el área de compras y almacén se prepara los espacios necesarios para la mercadería, y se revisa si la mercadería se encuentra en buen estado, de encontrarse en buen estado, se clasifica los productos perecibles y no perecibles; de no encontrarse en buen estado, el administrador comunica al gerente, quien notificará al proveedor y revisará los contratos de ser necesario, para llegar a una renegociación y entrega de nueva

mercadería. De encontrarse en buen estado la mercadería, se clasifica, de ser un alimento perecible, se reserva en los frigoríficos (en el caso de bebidas), de ser un alimento no perecible o no ser un alimento, se coloca en los estantes, posteriormente, se verifican periódicamente si los productos se encuentran el buen estado, si están en buen estado, se mantienen en buen estado y se pone fin al proceso; de no estar en buen estado, se clasifica como desperdicio.

ESTRATEGIA III: Estrategias de gestión de reducción de pérdidas por caducidad

Tabla 19

Estrategias de gestión de reducción de pérdidas por caducidad

Estrategias	Acciones	Detalle de actividades
Gestión de reducción de pérdidas por caducidad	Establecer un control riguroso de stock para evitar la sobrecompra de productos perecederos.	Establecer niveles de stock mínimos y máximos para cada producto perecedero en función de la demanda y las fechas de vencimiento. Implementar lectores de código de barras compatibles con el software ERP para agilizar la entrada de productos y controlar las fechas de vencimiento.
	Implementar sistema de rotación de productos para asegurar que productos más antiguos se venden primero.	Clasificar los productos perecederos en grupos según su fecha de vencimiento y tipo de producto (lácteos, productos enlatados, etc.). Implementar el sistema PEPS (Primeras Entradas Primeras Salidas).
	Crear promociones especiales para productos cercanos a su fecha de vencimiento para fomentar su venta antes de que caduquen.	Elegir los productos y establecer un porcentaje de descuento dependiendo del precio de costo y la fecha de vencimiento Promocionar productos en descuento, de manera verbal o con folletos.

La Estrategia III se enfoca en la gestión eficiente de reducción de pérdidas por caducidad en su amplio catálogo de abarrotes al por mayor. Se priorizará la optimización de inventario, una planificación de compras más precisa y colaboración cercana con proveedores para garantizar la calidad de los productos. De igual forma, se establecerán políticas de rotación de inventario más efectivas y evitar al mínimo los desperdicios.

Objetivos

Reducir las pérdidas por productos caducados en un 20% en los próximos 8 meses, mediante una gestión más eficiente de fechas de vencimiento.

Implementar un sistema de rotación de productos que garantice la venta de productos más antiguos en un plazo máximo de 30 días.

Incrementar la rentabilidad al disminuir las pérdidas por productos caducados, generando un aumento del 15% en los márgenes de beneficio en los próximos 6 meses.

Acciones

Para lograr una gestión efectiva de reducción de pérdidas por caducidad, se establecerán niveles de stock mínimos y máximos para cada producto perecedero. Este proceso comenzará con un análisis detallado de la demanda histórica de cada producto y su respectiva vida útil. Los niveles de stock máximo se fijarán de acuerdo con la fecha de vencimiento más próxima y el tiempo necesario para su comercialización, asegurando que los productos más antiguos se venden primero. Se implementará un sistema de rotación de inventario, donde los productos con fechas de vencimiento más cercanas se colocarán en lugares de fácil acceso y promoción especial para incentivar su venta. Además, se utilizarán sistemas de seguimiento de fechas de vencimiento que alertarán al personal cuando se acerque la fecha de caducidad de un producto. Esto permitirá tomar medidas preventivas, como descuentos o promociones, para fomentar la venta antes de que expire.

Tabla 20

Ejemplificación de control de stock mínimo y máximo

Producto	Demanda Establecida	Vida Útil	Nivel de Stock Mínimo	Nivel de Stock Máximo
Arroz	Constante	120 días	500 kg	1,500 kg
Aceite vegetal	Constante	180 días	50 botellas	150 botellas
Sazonador	Constante	180 días	65 bolsas	80 bolsas
Jabón para ropa	Constante	250 días	110 unidades	160 unidades
Bolsas de caramelo	Variable	250 días	50 bolsas	75 bolsas

La siguiente actividad consiste en implementar lectores de código de barras compatibles con el software SAP para agilizar la entrada de productos y controlar las fechas de vencimiento. Como parte de esta estrategia, se ha implementado la integración de lectores de código de barras compatibles con el software ERP SAP. Cuando llega una nueva mercancía, el personal escanea los códigos de barras de los productos con los lectores, que envían automáticamente la información al sistema SAP, agilizando así la actualización del inventario y evitando errores humanos en la entrada de datos. Además, este sistema proporciona un control más efectivo de las fechas de vencimiento, pues genera alertas cuando se detecta un producto próximo a caducar, lo que permite tomar medidas proactivas, como la aplicación de descuentos o promociones para estimular la venta antes de la fecha de vencimiento.

Con la implementación de PEPS, el proceso de gestión de inventario se vuelve más transparente y eficiente. Cada nuevo lote de productos se registra con su fecha de llegada, y el sistema prioriza la venta de productos más antiguos antes que los recién ingresados. Cuando se recibe un nuevo suministro de productos, estos se colocan en el almacén de manera que los productos más antiguos estén al frente y sean accesibles primero, y cuando un cliente solicita un producto, se selecciona el lote más antiguo disponible para su venta.

Otra estrategia que se adoptará es implementar una gestión para reducir pérdidas por caducidad y promover la venta de productos próximos a la fecha de su vencimiento, esto implica seleccionar productos específicos, a partir de la estrategia anterior, se establecerán descuentos basados en el precio de costo y la fecha de vencimiento. El proceso comienza con la identificación de productos cercanos a su fecha de vencimiento, una vez identificados, se calcula un porcentaje de descuento que varía en función del precio de costo del producto y la proximidad de la fecha de caducidad. Los productos con una fecha de vencimiento más cercana pueden recibir descuentos más atractivos.

Tabla 21*Detalle del plan de acción*

Estrategias	Objetivo	Actividades	Encargado	Presupuesto
Gestión en la cadena de suministros	Evaluar y renegociar contratos con el 80% de los proveedores actuales para obtener un 10% de reducción de costos en compras y mejorar los plazos de entrega. Implementar softwares de gestión de pedidos, inventarios y procesamiento de transacciones para aumentar la eficiencia operativa en un 20%.	Revisar en detalle los contratos actuales con los proveedores para comprender las condiciones y términos acordados previamente. Evaluar diseños modelo para la elaboración del catálogo Investigar y seleccionar un software de punto de venta (POS) confiable y adecuado para el negocio, como VendeMás POS Pocket Pro que permita gestionar las ventas, inventario y transacciones de manera eficiente.		S/ 2,958.40
Gestión de compras	Aumentar la eficiencia operativa reduciendo los tiempos de procesamiento de compras en un 20% a través de la automatización. Optimizar el control de inventario para reducir los costos de almacenamiento en un 10%.	Revisar registros y documentos de ventas pasadas, como facturas, recibos y registros de transacciones. Evaluar la oferta histórica. Utilizar el sistema ERP SAP generar órdenes de compra automatizadas y su registro	Contador, administrador y gerente	S/ 784.60
Gestión de reducción de pérdidas por caducidad	Reducir las pérdidas por productos caducados en un 20% en los próximos 8 meses, mediante una gestión más eficiente de las fechas de vencimiento. Incrementar la rentabilidad al disminuir las pérdidas por productos caducados, generando un aumento del 15% en los márgenes de beneficio en los últimos 6 meses.	Establecer niveles de stock mínimos y máximos para cada producto percedero en función de la demanda y vencimiento. Implementar el sistema PEPS (Primeras Entradas Primeras Salidas). Elegir los productos y establecer un porcentaje de descuento dependiendo del precio de costo y la fecha de vencimiento		S/ 0
Total inversión de la propuesta				S/ 3,743

TABLA 8*Parámetros de proyección de estados*

	Indc. Valor	2023	2024	2025	2026	2027
Ventas netas	3%	2,423,892.82	2,496,609.60	2,571,507.89	2,648,653.13	2,728,112.72
Costo de ventas	95%	2,302,698.18	2,371,779.12	2,442,932.50	2,516,220.47	2,591,707.09
Utilidad (o pérdida) bruta		121,194.64	124,830.48	128,575.39	132,432.66	136,405.64
Gastos de ventas	1%	24,238.93	24,966.10	25,715.08	26,486.53	27,281.13
Gastos de administración	1%	24,238.93	24,966.10	25,715.08	26,486.53	27,281.13
Depreciación		20,000.00	20,000.00	20,000.00	20,000.00	20,000.00
Resultados de operacion		52,716.78	54,898.29	57,145.24	59,459.59	61,843.38
Gastos financieros		2,500.00	2,047.56	1,572.50	1,073.69	549.94
Total otros ingresos y (gastos)		2,500.00	2,047.56	1,572.50	1,073.69	549.94
Resultado antes de partic. Y del imp. A la renta		50,216.78	52,850.73	55,572.73	58,385.90	61,293.44
Impuesto a la renta		5,021.68	5,285.07	5,557.27	5,838.59	6,129.34
Participación de utilidades						
Utilidad antes de interes minoritario						
Utilidad neta del ejercicio		45,195.11	47,565.65	50,015.46	52,547.31	55,164.10

En la realización de la proyección de 5 años consecutivos se tuvo en cuenta para la proyección el indicador del 3% de crecimiento de ventas teniendo en cuenta el promedio de años anteriores debido a que su crecimiento no ha tenido una relación constante, este indicador permite obtener ventas importantes para la empresa; según el costo de ventas se ha considerado un 95% debido a que la empresa se compromete a disminuir en un 4% de los costos de ventas según el año anterior, la reducción de los costos de ventas facilita adquirir mejores beneficios, tanto los gastos de ventas y administrativos se ha considerado de acuerdo al promedio de los años anteriores pues están en un nivel que no afecta en gran proporción a las ventas, es decir se han controlado mucho mejor, de la misma manera se logra identifica que en los años analizados , no se realizaba la depreciación, ya que en la entidad no invirtió en activos fijos en la proyección si se ha realizado con la finalidad de lograr mejores resultados en la rentabilidad, además se tiene gastos financieros los cuales son del préstamo que se adquirido en el año 2023, por un periodo de 5 años, de ello se infiere que la empresa en su utilidad neta respecto a años anteriores posee una diferencia significativa con la proyección.

Tabla 22*Proyección de activos*

Activo corriente		2023	2024	2025	2026	2027
Caja		164,638.96	211,372.38	259,604.39	309,378.56	360,739.72
Clientes						
Cuentas por cobrar comerc. - terceros	30	201,991.07	208,050.80	214,292.32	220,721.09	227,342.73
Cuentas por cobrar diversas						
Cuentas por cobrar diversas relacionadas						
Mercaderías	50	319,819.19	329,413.77	339,296.18	349,475.07	359,959.32
Total activo corriente		686,449.22	748,836.95	813,192.89	879,574.72	948,041.77
Activo no corriente						
Activos fijos		200,000.00	200,000.00	200,000.00	200,000.00	200,000.00
Depreciación		20,000.00	40,000.00	60,000.00	80,000.00	100,000.00
Activo diferido		17,361.00	17,361.00	17,361.00	17,361.00	17,361.00
Otros activos no corrientes		3,979.00	3,979.00	3,979.00	3,979.00	3,979.00
Total activo no corriente		201,340.00	181,340.00	161,340.00	141,340.00	121,340.00
Total activo		887,789.22	930,176.95	974,532.89	1,020,914.7	1,069,381.7

En el balance general en las cuentas de activos tenemos que en años anteriores se tiene mucho dinero en efectivo el cual si no es bien utilizado se genera pérdida de valor del mismo, en proyección se ha realizado operaciones en cuentas por cobrar con un periodo de cobro de 30 días según la política establecida por la empresa a si mismo se ha invertido en activos fijos, la mercaderías se ha ido incrementado de acuerdo a la proporción de años anteriores, se ha obtenido un total en activos superior a 880 mil soles.

Tabla 23*Proyección de pasivos*

Pasivo corriente	2023	2024	2025	2026	2027
Sobregiros y préstamos bancarios					
Tributos por pagar	205.00	205.00	205.00	205.00	205.00
Remuneraciones por pagar					
Proveedores	287,837.27	296,472.39	305,366.56	314,527.56	323,963.39
Total pasivo corriente	288,042.27	296,677.39	305,571.56	314,732.56	324,168.39
Pasivo no corriente					
Préstamos financieros	50,000.00	40,951.26	31,450.08	21,473.85	10,998.80
Total pasivo no corriente	50,000.00	40,951.26	31,450.08	21,473.85	10,998.80
Total pasivo	338,042.27	337,628.65	337,021.65	336,206.41	335,167.19
Capital social	250,000.00	250,000.00	250,000.00	250,000.00	250,000.00
Resultados acumulados	254,551.84	294,982.64	337,495.79	382,161.00	429,050.48
Resultado del ejercicio	45,195.11	47,565.65	50,015.46	52,547.31	55,164.10
Total patrimonio	549,746.95	592,548.30	637,511.24	684,708.31	734,214.58
Total pasivo y patrimonio	887,789.22	930,176.95	974,532.89	1,020,914.72	1,069,381.77

En las cuentas del pasivo se observa que la empresa en años anteriores cuenta con pagos a tributos el cual se mantiene igual que al año anterior puesto no afectaría nuestras ventas ni al crecimiento económico, en la proyección realizada se ha considerado a nuevos proveedores que nos brindan bienes de calidad a menos costos y además nos dan la facilidad de pago a crédito, otro punto importante es que se ha tenido en cuenta la adquisición de un préstamo por la suma de 50,000 , obteniendo un pasivo que asciende a los 330,000 luego como va amortizando nuestro préstamo va mermando nuestro pasivo.

Tabla 24

Índice de liquidez

DESCRIPCIÓN	FÓRMULA	2023	2024	2025	2026	2027
Razón de liquidez general	Activo corriente	686,449.22	748,836.95	813,192.89	879,574.72	948,041.77
	Pasivo corriente	288,042.27	296,677.39	305,571.56	314,732.56	324,168.39
Prueba acida	activo corriente- elementos del inventario	686,449.22	748,836.95	813,192.89	879,574.72	948,041.77
	Pasivo corriente	319,819.19	329,413.77	339,296.18	349,475.07	359,959.32
	Activo corriente- Pasivo corriente	288,042.27	296,677.39	305,571.56	314,732.56	324,168.39
capital de trabajo	Activo corriente- Pasivo corriente	686,449.22	748,836.95	813,192.89	879,574.72	948,041.77
	Cuentas por cobrar	288,042.27	296,677.39	305,571.56	314,732.56	324,168.39
Rotación de cartera	promedio*360	201,991.07	208,050.80	214,292.32	220,721.09	227,342.73
	ventas	360.00	360.00	360.00	360.00	360.00
		2,423,892.82	2,496,609.60	2,571,507.89	2,648,653.13	2,728,112.72

En la proyección realizada para los próximos 5 años, el índice de liquidez de la empresa se mantiene en niveles sólidos, con valores de 2.4, 2.5, 2.66, 2.79 y 2.92, respectivamente. Esto significa que la empresa podría cubrir más de 2.4, 2.5, 2.66, 2.79 y 2.92 veces sus pasivos corrientes en los años 2023 al 2027. Esta situación refleja una saludable liquidez, ya que la empresa es capaz de satisfacer sus obligaciones a corto plazo de manera adecuada, lo que también la coloca en una posición favorable para adquirir nuevos préstamos. Comparando con años anteriores, se aprecia una mejora en la liquidez de la empresa debido a la implementación de estrategias de inversión. Es importante destacar que, durante estos años proyectados, la empresa cuenta con cuentas por pagar y por cobrar, lo que ha contribuido a la disminución del índice de liquidez. En el análisis detallado, se observa que, en el año 2022, la empresa tendría 1.27 soles por cada sol de deuda para cubrirla sin considerar las existencias. Este valor

aumenta en los años siguientes, alcanzando 1.41 soles en 2023, 1.55 soles en 2024, 1.68 soles en 2025 y 1.81 soles en 2026 por cada sol de deuda. Estos datos indican que la empresa tiene la capacidad de cumplir satisfactoriamente con sus obligaciones a corto plazo y se encuentra en una posición financiera sólida.

Tabla 25

Índice de solvencia

Descripción	Fórmula	2023		2024		2025		2026		2027	
Solvencia general	Activo total	887,789.22	2.63	930,176.95	2.76	974,532.89	2.89	1,020,914.72	3.04	1,069,381.77	3.19
	Pasivo total	338,042.27		337,628.65		337,021.65		336,206.41		335,167.19	
Apalancamiento financiero	(Activo /Fondos propios) /	887,789.22	1.70	930,176.95	1.63	974,532.89	1.57	1,020,914.72	1.52	1,069,381.77	1.47
	(BAT/BAIT)	549,746.95		592,548.30		637,511.2		684,708.31		734,214.58	
		1.0		1.0		1.0		1.0		1.0	
Ratio de endeudamiento a largo plazo	Pasivo no corriente	50,000.00	0.09	40,951.26	0.07	31,450.08	0.05	21,473.85	0.03	10,998.80	0.01
	Patrimonio	549,746.95		592,548.30		637,511.24		684,708.31		734,214.58	
Ratio de endeudamiento	Pasivo	338,042.27	0.61	337,628.65	0.57	337,021.65	0.53	336,206.41	0.49	335,167.19	0.46
	Patrimonio neto	549,746.95		592,548.30		637,511.24		684,708.31		734,214.58	

La proyección financiera revela que la empresa mantiene un índice de solvencia adecuado en todos los años proyectados. Además, en comparación con años anteriores, se ha logrado una notable mejora en este indicador. Esto demuestra que la empresa posee la capacidad suficiente para cumplir con sus obligaciones financieras y está utilizando eficazmente sus recursos, lo que se traduce en un aumento de sus beneficios. En cuanto al apalancamiento financiero, la empresa se encuentra en una posición óptima para financiarse en los años proyectados. Se ha considerado estratégicamente la adquisición de un préstamo de 50,000 unidades monetarias, el cual la empresa tiene la capacidad de pagar en un plazo de 5 años, gracias a un plan de amortización. En relación con el índice de endeudamiento, en el año 2023 se registra un índice de 0.61 debido a la adquisición del préstamo en

ese año. Sin embargo, en los años siguientes, el índice de endeudamiento se estabiliza en valores normales, ya que se está cumpliendo con el pago del préstamo.

Tabla 26

Índice de rentabilidad

Descripción	Fórmula	2023		2024		2025		2026		2027	
Margen de utilidad bruta	Utilidad Bruta	121,194.64		124,830.48		128,575.39		132,432.66		136,405.64	
	Ventas Totales	2,423,892.82	5%	2,496,609.60	5%	2,571,507.89	5%	2,648,653.13	5%	2,728,112.72	5%
Margen de Utilidad operativa	Utilidad Operativa	52,716.78		54,898.29		57,145.24		59,459.59		61,843.38	
	Ventas Totales	2,423,892.82	2%	2,496,609.60	2%	2,571,507.89	2%	2,648,653.13	2%	2,728,112.72	2%
Margen de utilidad neta	Utilidad Neta	45,195.11		47,565.65		50,015.46		52,547.31		55,164.10	
	Ventas Totales	2,423,892.82	2%	2,496,609.60	2%	2,571,507.89	2%	2,648,653.13	2%	2,728,112.72	2%
Rentabilidad económica (ROA)	utilidad neta	45,195.11	5%	47,565.65	5%	50,015.46	5%	52,547.31	5%	55,164.10	5%
	Activos totales	887,789.22		930,176.95		974,532.89		1,020,914.72		1,069,381.77	
Rentabilidad financiera (ROE)	Beneficio neto	45,195.11	8%	47,565.65	8%	50,015.46	8%	52,547.31	8%	55,164.10	8%
	Patrimonio	549,746.95		592,548.30		637,511.24		684,708.31		734,214.58	

El margen de utilidad operativa se mantiene en el 2% de las ventas proyectadas debido a la consideración de los gastos realizados en los años analizados, ya que guardan una relación consecutiva. En cuanto a la utilidad neta, se espera un incremento del 1% en los años 2023 al 2027 en comparación con los años anteriores, alcanzando el 2% de las ventas

proyectadas. Este aumento se debe a la implementación de estrategias que han mejorado la eficiencia en la gestión de costos y gastos. El ROA (Retorno sobre Activos) se sitúa en el 5% en los años proyectados, lo que indica que la empresa genera 5 centavos por cada sol invertido. Este valor representa un crecimiento del 2% en comparación con el año 2021, reflejando una mayor eficiencia en la gestión de recursos y activos debido a la implementación de estrategias.

Por último, el ROE (Retorno sobre el Patrimonio) se ubica en el 8% en los años proyectados, lo que significa que los socios obtienen un rendimiento del 8% de su inversión. Esto refleja un aumento en los beneficios en comparación con años anteriores, indicando una gestión financiera efectiva y una rentabilidad más sólida para los inversores.

Tabla 27

Análisis DUPONT

Análisis DuPont	2023	2024	2025	2026	2027
Margen Utilidad Neta	5%	5%	5%	5%	5%
Rotación de activos Totales	2.73	2.68	2.64	2.59	2.55
Multiplicador Financiero	2	2	2	1	1
ROA	5%	5%	5%	5%	5%
ROE	8%	8%	8%	8%	8%

La rentabilidad de los activos en los años 2023 - 2027 sería del 5 %, es decir por cada sol de activos en Royli ha generado una rentabilidad de 5. En el ROE se tiene que por cada sol de los accionistas tendría una rentabilidad del 8%, de lo que se entiende que en los años proyectados la empresa tiene un rendimiento del 6% y con ello logra hacer ganar a sus accionistas el 8%.

IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1. Conclusiones

La empresa presenta un margen de utilidad bruta inferior al 5% en los años 2020, 2021 y 2022, indicando una baja eficiencia en la relación entre ingresos y costos. La utilidad neta varía entre 0.75% y 1%, ofreciendo un rendimiento limitado para los socios. Asimismo, el ROA refleja que la empresa generó entre 5 y 6.5 centavos de utilidad neta por cada sol invertido en activos totales, y en el ROE, los inversionistas obtuvieron entre 3.7% y 6% de rendimiento sobre su inversión. Por tanto, se identifica un margen de utilidad bruta bajo y rendimientos limitados para los socios.

El análisis de costos de ventas revela fluctuaciones en la rentabilidad. La caja y la mercadería representan hasta el 73% de los activos, pero los costos de ventas se mantienen altos, representando el 99% de las ventas en 2021. La utilidad bruta disminuyó un 72% de las ventas en el 2020 a 2021. Se concluyó que la empresa no cuenta con una gestión eficiente de costos para estabilizar los resultados financieros y mejorar la rentabilidad.

Debido a los problemas en la gestión de costos, se elaboraron estrategias de gestión de costos de ventas que abarcan la gestión de en la cadena de suministros, gestión de compras y gestión de reducción de pérdidas por caducidad, con el objetivo de incrementar la rentabilidad en Negocios ROYLI S.A.C. 2023.

Las Estrategias I, II y III de Negocios ROYLI S.A.C. Se centran en la optimización de la cadena de suministros, la gestión de compras, y la reducción de pérdidas por caducidad de abarrotes al por mayor. Estas acciones incluyen la renegociación de contratos, la evaluación de ofertas de proveedores, la implementación de tecnología avanzada, la gestión eficiente de inventario, y descuentos basados en la fecha de vencimiento. En conjunto, estas estrategias buscan aumentar la eficiencia operativa, mejorar la rentabilidad y garantizar la disponibilidad constante de productos de alta calidad para los clientes

4.2. Recomendaciones

Revisar y optimizar la estructura de costos y estrategias de venta para aumentar el margen de utilidad bruta. Posteriormente, se podría considerar la diversificación de las inversiones para mejorar el rendimiento de los socios y explorar oportunidades de crecimiento.

Optimizar los procesos de adquisición y gestión de inventario, buscando proveedores más competitivos y eficientes. Además, es fundamental analizar detenidamente los costos de producción y logística para identificar posibles ahorros, e implementar un sistema de control de costos más riguroso, estableciendo metas de reducción de costos específicas para mejorar su rentabilidad.

Implementar las estrategias de gestión de costos propuestas, que implican optimizar la cadena de suministros, evaluar proveedores, automatizar procesos de compra y reducir pérdidas por caducidad. Estas acciones son esenciales para aumentar la rentabilidad en el año 2023 y asegurar la estabilidad financiera de la empresa.

Evaluar constantemente los resultados de las estrategias implementadas, analizando el impacto de la renegociación de contratos, selección de proveedores y las nuevas políticas, identificando así nuevas áreas de mejora y ajustar las estrategias según sea necesario para lograr los objetivos planteados.

REFERENCIAS

- Belmont. (2016). *Principios y Guías éticas para la protección de los sujetos humanos de investigación*. México: Universidad Nacional Autónoma de México.
- Bernal, S. (2016). *Metodología de la investigación: Para administración, economía, humanidades y ciencias sociales*. México: Pearson Educación.
- Bernal, S. (2022). *Metodología de la investigación: Para administración, economía, humanidades y ciencias sociales*. México: Pearson Educación.
- Bua, S. (2022). Gestión de costos, una herramienta para mejorar la rentabilidad. *Universidad Siglo 21*. <https://n9.cl/aev3x>
- Casanova, E. (2020). *Gestión de costos y la eficiencia en las ventas del servicio de restaurante en la empresa de Chuck E Cheese's, Trujillo 2019*. [Tesis de licenciatura, Universidad Cesar Vallejo, Perú]. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/45869>
- Castillo, P., Lopez, L., & Sanchez, A. (2021). Gestión de costo para mejorar la rentabilidad de los servicios brindados por la Empresa VIACRUZCA S.A. de la Ciudad de Manta. *Revista Científica Arbitrada de Investigación en Comunicación, Marketing y Empresa*. <https://doi.org/10.46296/rc.v4i8.0029>
- Chu, M. (2020). *El ROI de las decisiones del marketing: un enfoque de rentabilidad*. [Tesis de licenciatura, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC), Lima]. <https://n9.cl/1bova>
- Contreras, N., & Díaz, E. (2015). Estructura financiera y rentabilidad: origen, teorías y definiciones. *Revista De Investigación Valor Contable*, 2(1). doi:10.17162/rivc.v2i1.824
- Coronado, I. (2019). *Modelo de costos para mejorar la rentabilidad de la Mypes de la industria ladrillera de Lambayeque*. [Tesis de pregrado, Universidad Nacional Pdero Ruiz Gallo, Chiclayo]. <https://hdl.handle.net/20.500.12893/4066>
- Escobar, H. W., Surichaqui, L. M., & Calvanapón, F. A. (2023). Control interno en la rentabilidad de una empresa de servicios generales - Perú. *Visión de futuro*, 27(1). <https://n9.cl/6ubgp>
- Eslava, J. (2018). *La rentabilidad: Análisis de costes y resultados*. Madrid: ESIC Editores.
- Espejo, L., & Valiente, Y. D. (2019). Contabilidad de gestión y su impacto en la rentabilidad de las empresas comerciales. *Revista Ciencia y Tecnología*, 15(4). <https://core.ac.uk/download/pdf/286107761.pdf>

- García, A. (8 de setiembre de 2023). Economía peruana: ¿Por qué crece tan poco? *Conexión ESAN*. <https://n9.cl/vzc12>
- Grupo Banco Mundial. (2023). *Crecimiento del PIB (% anual) – Perú*. <https://n9.cl/ns787>
- Heredia, E., & Rivero, J. (2019). *Gestión de costos para incrementar la rentabilidad en la construcción de la 3era etapa planta automotriz, Lurín, año-2019*. [Tesis de pregrado, Universidad Ricardo Palma, Perú]. <https://hdl.handle.net/20.500.14138/2583>
- Hernández, R., & Mendoza, p. (2018). *Metodología de investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. México: Mc Grill.
- Listiawati, S., Negara, K., Wulansari, R., & Harsono, P. (2021). Promotion Costs Analysis To Increased Volume Sales In The Convection Companies. *International Journal of Science*, 2(5), 1542-1551. doi:10.46729/ijstm.v2i5.300
- Llallacachi, O., Cornejo, G., & Zuñiga, A. (2020). Gestión de costos y productividad, en una empresa Avícola. *Revista De Investigación Valor Contable*, 6(1), 17-25. doi:10.17162/rivc.v6i1.1254
- Magaña, M., & Leyva, C. (2020). Costos y rentabilidad del proceso de producción apícola en México. *Contaduría y administración*. <https://n9.cl/c4ak6>
- Makro. (07 de setiembre de 2023). *MakroAhorro Food N19*. Makro: <https://www.makro.pe/catalogos/1>
- Media, M., Quilindo, C. M., & Fernandez, S. (2021). *La baja rentabilidad genera consecuencias que puede conllevar a la deserción empresarial*. Colombia: Cultura tributaria.
- Medina, M., & Quilindo, M. S. (2021). La baja rentabilidad genera consecuencias que pueden conllevar a la deserción empresarial. *ReserchGate*. <https://n9.cl/3jstt>
- Mendoza, I. (2020). *Plan estratégico para mejorar la rentabilidad de la empresa Comercial, Ayacucho 2020*. [Tesis de pregrado, Universidad Norbet Wiener, Perú]. <https://n9.cl/pk3ow>
- Mostacero, R. (2020). *Influencia de los costos de venta en la rentabilidad de la empresa Compañía Agro Industrial de la Sal E.I.R.L., Chiclayo*. [Tesis de pregrado, Universidad César Vallejo, Perú]. <https://n9.cl/0p5tt>
- Neyra, F. (2021). *Sistema de costos por órdenes de producción y su efecto en la rentabilidad de la empresa servicios generales Oasis Camp SRL, Chiclayo*

2018. [Tesis de pregrado, Universidad Señor de Sipán, Perú]. <https://n9.cl/s8pvo>
- Ñaupas, H., Valdivia, M. R., Palacios, Josefa, J., & Romero, H. E. (2018). *Metodología de la investigación de la investigación Cuantitativa - Cualitativa y Redacción de la Tesis*. Ediciones U.
- Ochoa, C., Marrufo, R., & Ibáñez, L. (2020). Gestión de costos como herramienta de la rentabilidad en pequeñas y medianas empresas. *Revista Espacios*, 41(50). <https://n9.cl/zam7r>
- Ortega, F. (2020). *Resultado, rentabilidad y caja*. Madrid: ESIC Editorial.
- Rivas, J. (2020). *Gestión de Costos y su influencia en la toma de decisiones Financieras en la Empresa Soluciones Comerciales y Agrícolas S.A.C, Chiclayo – 2020*. [Tesis pregrado, Universidad César Vallejo, Perú]. <https://n9.cl/ahkcy>
- Roncal, M. (19 de setiembre de 2022). Seis tips para elevar la rentabilidad de tu empresa. *El Comercio*, págs. 1-2. <https://n9.cl/l7sgf>
- Rosillo, J. (2019). *Diseño de Sistema de Costos por Órdenes de Producción para Incrementar la Rentabilidad del Restaurante Muchik Chiclayo - 2018*. [Tesis pregrado, Universidad César Vallejo, Perú]. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/36888>
- Ruiz, A. (2022). *Análisis de las causas de la baja rentabilidad de una empresa procesadora de café*. [Tesis, Universidad Tecnología del Perú, Lima]. <https://n9.cl/b3dvd7>
- Sánchez, F. (2019). *Guía de Tesis y Proyectos*. Arequipa: Centrum Legalis.
- Tienslovercorp. (6 de noviembre de 2015). *Lista de Precios de Productos TIENS - Distribuidor*. <https://n9.cl/4stky>
- Ulenaers, D., Grosemans, J., Schrooten, W., & Bergs, J. (2021). Clinical placement experience of nursing students during the COVID-19 pandemic: A cross-sectional study. *Nurse Education Today*, 99. <https://n9.cl/70vqi>

ANEXOS

Anexo 1. Matriz de consistencia

Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables	Dimensiones	Enfoque/ tipo/ Diseño
Problema general ¿De manera la gestión de costos de ventas incrementa la rentabilidad en negocios Royli S.A.C. 2023?	Objetivo general Proponer estrategias de gestión de costos de ventas para incrementar la rentabilidad en Negocios Royli S.A.C. 2023 Objetivos específicos Analizar la rentabilidad actual de la empresa de Negocios Royli S.A.C. 2023 Identificar los costos de ventas en la empresa Negocios Royli S.A.C. 2023 Diseñar estrategias de gestión de costos de ventas para incrementar la rentabilidad en Negocios Royli S.A.C. 2023	H1: Si se propone estrategias de gestión de costos de ventas para incrementar la rentabilidad en Negocios Royli S.A.C. 2023 H0: Si se propone estrategias de gestión de costos de ventas para incrementar la rentabilidad en Negocios Royli S.A.C. 2023	Gestión de costos	Producto Operaciones Distribución	Enfoque Cuantitativo Tipo Descriptivo Diseño No experimental Población y muestra: Estados financieros 2019 a 2022 y el contador.
			Rentabilidad	Ratio de rentabilidad Ratios de liquidez Ratios de Solvencia	

Anexo 2. Instrumento de recolección de datos

1. ¿Cómo se hace el control de inventarios de los productos, nos detallar acerca de las estrategias para mantener un adecuado inventario?

.....
.....

2. ¿Se aplican estrategias de costos de compra de productos para obtener un mejor precio, que nos puede comentar?

.....
.....

3. ¿Se asumen costos de almacenamiento en esta empresa, nos puede detallar?

.....
.....

4. ¿Respecto a los costos de administración se ha tenido aumentos o se mantiene después de la situación de pandemia?

.....
.....

5. ¿Cuáles son los costos que se asumen fijos que se asumen en local y otros servicios?

.....
.....

6. ¿Cuál es la proporción de préstamos bancarios con respecto al capital propio invertido en el negocio?

.....
.....

7. ¿Se desarrollan estrategias de promoción para mejorar las ventas, que nos puede precisar?

.....
.....

8. ¿Cómo se gestionan los costos asociados con el transporte de productos?

.....
.....

9. ¿Cuáles son las estrategias financieras que se aplican para lograr una mejor rentabilidad económica?

.....
.....

10. ¿Qué nos puede comentar acerca de los resultados de la rentabilidad financiera lograda en su empresa?

.....
.....

11. ¿Respecto a los últimos resultados de utilidad neta que nos puede comentar qué problemas se han tenido o son los resultados esperados?

12. ¿Qué nos puede comentar acerca de la liquidez general de la empresa, ha sido la adecuada, o se ha tenido problemas?

.....
.....

13. ¿Acerca del capital de trabajo, es suficiente, se ha tenido la necesidad de recurrir a pedir un aumento de los socios?

.....
.....

14. ¿En referencia a la solvencia que nos puedes comentar respecto a sus obligaciones en el corto plazo y largo plazo?

.....
.....

15. ¿Se ha tenido la necesidad de obtener financiamiento para cumplir con sus obligaciones o no tuvieron problemas?

.....
.....

Anexo 3. Validación de instrumento


NOMBRE DEL JUEZ		Julio Alberto Mio Serrato
PROFESIÓN		Contador Público
ESPECIALIDAD		
EXPERIENCIA PROFESIONAL (EN AÑOS)		5 años
CARGO		Coordinador Financiero
GESTIÓN DE COSTOS DE VENTAS PARA INCREMENTAR LA RENTABILIDAD EN NEGOCIOS ROYLI S.A.C. 2023		
DATOS DE LOS TESISISTAS		
NOMBRES	Santos Eleocardia Julca Julca	
ESPECIALIDAD	ESCUELA DE CONTABILIDAD	
INSTRUMENTO EVALUADO	Entrevista.	
OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION	GENERAL	
	Proponer estrategias de gestión de costos de ventas para incrementar la rentabilidad en Negocios Royli S.A.C. 2023	
OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION	ESPECÍFICOS	
	Analizar la rentabilidad actual de la empresa de Negocios Royli S.A.C. 2023	
	Identificar los costos de ventas en la empresa Negocios Royli S.A.C. 2023	
Diseñar estrategias de gestión de costos de ventas para incrementar la rentabilidad en Negocios Royli S.A.C. 2023		
EVALÚE CADA ITEM DEL INSTRUMENTO MARCANDO CON UN ASPA EN "TA" SI ESTÁ TOTALMENTE DE ACUERDO CON EL ITEM O "TD" SI ESTÁ TOTALMENTE EN DESACUERDO, SI ESTÁ EN DESACUERDO POR FAVOR ESPECIFIQUE SUS SUGERENCIAS		
DETALLE DE LOS ITEMS DEL INSTRUMENTO	El instrumento consta de 15 reactivos y ha sido construido, teniendo en cuenta la revisión de la literatura, luego del juicio de expertos que determinará la validez de contenido será sometido a prueba de piloto para el cálculo de la	

	confiabilidad con el coeficiente de alfa de Cronbach y finalmente será aplicado a las unidades de análisis de esta investigación.
COSTOS DE VENTAS	
1. ¿Cómo se hace el control de inventarios de los productos, nos detalla acerca de las estrategias para mantener un adecuado inventario?	TA(X) TD() SUGERENCIAS: _____ _____
2. ¿Se aplican estrategias de costos de compra de productos para obtener un mejor precio, que nos puede comentar?	TA() TD(X) SUGERENCIAS: ¿Se aplican estrategias de precios en la compra de productos para obtener una mejor cotización, que nos puede comentar?
3. ¿Se asumen costos de almacenamiento en esta empresa, nos puede detallar?	TA(X) TD() SUGERENCIAS: _____
4. ¿Respecto a los costos de administración se ha tenido aumentos o se mantiene después de la situación de pandemia?	TA(X) TD() SUGERENCIAS: _____ _____
5. ¿Cuáles son los costos fijos que se asumen en local y otros servicios?	TA(X) TD() SUGERENCIAS: _____

6. ¿Cuál es la proporción de préstamos bancarios con respecto al capital propio invertido en el negocio?	TA(X) TD() SUGERENCIAS: _____ _____
7. ¿Se desarrollan estrategias de promoción para mejorar las ventas, que nos puede precisar?	TA(X) TD() SUGERENCIAS: _____
8. ¿Cómo se gestiona los costos asociados con el transporte de productos?	TA(X) TD() SUGERENCIAS: _____ _____
RENTABILIDAD	
9. ¿Cuáles son las estrategias financieras que se aplica para lograr una mejor rentabilidad económica?	TA(X) TD() SUGERENCIAS: _____ _____

10. ¿Qué nos puede comentar acerca de los resultados de la rentabilidad financiera lograda en su empresa?	TA(X) TD() SUGERENCIAS: _____ _____
11. ¿Respecto a los últimos resultados de utilidad neta que nos puede comentar que problemas se han tenido o son los resultados esperados?	TA(X) TD() SUGERENCIAS: _____ _____
12. ¿Qué nos puede comentar acerca de la liquidez general de la empresa, ha sido la adecuada, o se ha tenido problemas?	TA(X) TD() SUGERENCIAS: _____ _____
13. ¿Acerca del capital de trabajo, es suficiente, se ha tenido la necesidad de recurrir a pedir un aumento de los socios?	TA(X) TD() SUGERENCIAS: _____ _____
14. ¿En referencia a la solvencia que nos puedes comentar respecto a sus obligaciones en el corto plazo y largo plazo?	TA(X) TD() SUGERENCIAS: _____ _____
15. ¿Se ha tenido la necesidad obtener financiamiento para cumplir con sus obligaciones o no se tuvieron problemas?	TA(X) TD() SUGERENCIAS: _____ _____

1. PROMEDIO OBTENIDO:	N° TA <u>14</u> N° TD <u>01</u>
2. COMENTARIO GENERALES	
3. OBSERVACIONES	


CPC, Julio Miro Barreto
Abogado en ejercicio

Juez – Experto

DNI N°46483641

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

Yo, JULIO ALBERTO MIO SERRATO, Coordinador Financiero de la empresa Quicornac S.A.C, he leído y validado el instrumento de Recolección de datos (Entrevista) elaborada por: Julca Julca Santos Eleocadia, egresada de la Escuela de Contabilidad, para el desarrollo de la investigación titulada: "GESTIÓN DE COSTOS DE VENTAS PARA INCREMENTAR LA RENTABILIDAD EN NEGOCIOS ROYLI S.A.C. 2023"

CERTIFICO: Que es válido y confiable en cuanto a la estructuración, contenido y redacción de los ítems.

Olmos, 04 de setiembre del 2023



CPC Julio Mio Serrato
COORDINADOR FINANCIERO

JULIO ALBERTO MIO SERRATO

JUEZ - EXPERTO

DNI N°46483641

INSTRUMENTO DE VALIDACION POR JUICIO DE EXPERTOS

NOMBRE DEL JUEZ		Jorge Robert Rosales Amaya
	PROFESIÓN	Contador Público
	ESPECIALIDAD	
	EXPERIENCIA PROFESIONAL (EN AÑOS)	10 años
	CARGO	Contador General
GESTIÓN DE COSTOS DE VENTAS PARA INCREMENTAR LA RENTABILIDAD EN NEGOCIOS ROYLI S.A.C. 2023		
DATOS DE LOS TESISISTAS		
NOMBRES	Santos Eleocadia Julca Julca	
ESPECIALIDAD	ESCUELA DE CONTABILIDAD	
INSTRUMENTO EVALUADO	Entrevista.	
OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION	<u>GENERAL</u> Proponer estrategias de gestión de costos de ventas para incrementar la rentabilidad en Negocios Royli S.A.C. 2023	
	<u>ESPECÍFICOS</u> Analizar la rentabilidad actual de la empresa de Negocios Royli S.A.C. 2023 Identificar los costos de ventas en la empresa Negocios Royli S.A.C. 2023 Diseñar estrategias de gestión de costos de ventas para incrementar la rentabilidad en Negocios Royli S.A.C. 2023	
EVALÚE CADA ITEM DEL INSTRUMENTO MARCANDO CON UN ASPA EN "TA" SI ESTÁ TOTALMENTE DE ACUERDO CON EL ITEM O "TD" SI ESTÁ TOTALMENTE EN DESACUERDO, SI ESTÁ EN DESACUERDO POR FAVOR ESPECIFIQUE SUS SUGERENCIAS		
DETALLE DE LOS ITEMS DEL INSTRUMENTO	El instrumento consta de 15 reactivos y ha sido construido, teniendo en cuenta la revisión de la literatura, luego del juicio de expertos que determinará la validez de contenido será sometido a prueba de piloto para el cálculo de la	

	confiabilidad con el coeficiente de alfa de Cronbach y finalmente será aplicado a las unidades de análisis de esta investigación.
COSTOS DE VENTAS	
1. ¿Cómo se hace el control de inventarios de los productos, nos detalla acerca de las estrategias para mantener un adecuado inventario?	TA(X) TD() SUGERENCIAS: _____ _____
2. ¿Se aplican estrategias de costos de compra de productos para obtener un mejor precio, que nos puede comentar?	TA(X) TD() SUGERENCIAS: _____ _____
3. ¿Se asumen costos de almacenamiento en esta empresa, nos puede detallar?	TA() TD(X) SUGERENCIAS: ¿Que otros costos se asumen para su almacenamiento?
4. ¿Respecto a los costos de administración se ha tenido aumentos o se mantiene después de la situación de pandemia?	TA(X) TD() SUGERENCIAS: _____ _____
5. ¿Cuáles son los costos fijos que se asumen en local y otros servicios?	TA() TD(X) SUGERENCIAS: ¿Cuáles son los costos fijos mas importantes que mantiene la compañía?
6. ¿Cuál es la proporción de préstamos bancarios con respecto al capital propio invertido en el negocio?	TA(X) TD() SUGERENCIAS: _____ _____
7. ¿Se desarrollan estrategias de promoción para mejorar las ventas, que nos puede precisar?	TA() TD(X) SUGERENCIAS: ¿Qué tipo de estrategias utilizan para mejorar los ingresos de la compañía?
8. ¿Cómo se gestiona los costos asociados con el transporte de productos?	TA() TD(X) SUGERENCIAS: De acuerdo a la NIIF, ¿cómo evalúan el costo de adquisición de sus inventarios?
RENTABILIDAD	
9. ¿Cuáles son las estrategias financieras que se aplica para lograr una mejor rentabilidad económica?	TA(X) TD() SUGERENCIAS: _____ _____

10. ¿Qué nos puede comentar acerca de los resultados de la rentabilidad financiera lograda en su empresa?	TA(X) TD() SUGERENCIAS: _____
11. ¿Respecto a los últimos resultados de utilidad neta que nos puede comentar que problemas se han tenido o son los resultados esperados?	TA(X) TD() SUGERENCIAS: _____
12. ¿Qué nos puede comentar acerca de la liquidez general de la empresa, ha sido la adecuada, o se ha tenido problemas?	TA(X) TD() SUGERENCIAS: _____
13. ¿Acerca del capital de trabajo, es suficiente, se ha tenido la necesidad de recurrir a pedir un aumento de los socios?	TA(X) TD() SUGERENCIAS: _____
14. ¿En referencia a la solvencia que nos puedes comentar respecto a sus obligaciones en el corto plazo y largo plazo?	TA(X) TD() SUGERENCIAS: _____
15. ¿Se ha tenido la necesidad obtener financiamiento para cumplir con sus obligaciones o no se tuvieron problemas?	TA(X) TD() SUGERENCIAS: _____

1. PROMEDIO OBTENIDO:	N° TA <u>11</u> N° TD <u>04</u>
2. COMENTARIO GENERALES	
3. OBSERVACIONES	



 CPC Jorge R. Rosales Amaya
 COD. MAT. 02-4283
 CONTADOR GENERAL

Juez - Experto
 DNI N° 40730099

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

Yo, JORGE ROBERT ROSALES AMAYA, Contador General de la empresa Quicornac S.A.C, he leído y validado el instrumento de Recolección de datos (Entrevista) elaborada por: Julca Julca Santos Eleocadia, egresada de la Escuela de Contabilidad, para el desarrollo de la investigación titulada: "GESTIÓN DE COSTOS DE VENTAS PARA INCREMENTAR LA RENTABILIDAD EN NEGOCIOS ROYLI S.A.C. 2023"

CERTIFICO: Que es válido y confiable en cuanto a la estructuración, contenido y redacción de los ítems.

Olmos, 01 de setiembre del 2023


CPC. Jorge R. Rosales Amaya
CDB. MAT. 02-4283
CONTADOR GENERAL

JORGE ROBERT ROSALES AMAYA

JUEZ - EXPERTO

DNI N° 40730099

INSTRUMENTO DE VALIDACION POR JUICIO DE EXPERTOS

NOMBRE DEL JUEZ		Mag. Ana Alarcón Mori
	PROFESIÓN	Contadora Pública
	ESPECIALIDAD	Administración en Gerencia Empresarial
	EXPERIENCIA PROFESIONAL (EN AÑOS)	10 años
	CARGO	Coordinadora Carrera Técnica Administración de Empresas.
GESTIÓN DE COSTOS DE VENTAS PARA INCREMENTAR LA RENTABILIDAD EN NEGOCIOS ROYLI S.A.C. 2023		
DATOS DE LOS TESISTAS		
NOMBRES	Santos Eleocadia Julca Julca	
ESPECIALIDAD	ESCUELA DE CONTABILIDAD	
INSTRUMENTO EVALUADO	Entrevista.	
OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION	<u>GENERAL</u> Proponer estrategias de gestión de costos de ventas para incrementar la rentabilidad en Negocios Royli S.A.C. 2023	
	<u>ESPECÍFICOS</u> Analizar la rentabilidad actual de la empresa de Negocios Royli S.A.C. 2023 Identificar los costos de ventas en la empresa Negocios Royli S.A.C. 2023 Diseñar estrategias de gestión de costos de ventas para incrementar la rentabilidad en Negocios Royli S.A.C. 2023	
EVALÚE CADA ITEM DEL INSTRUMENTO MARCANDO CON UN ASPA EN "TA" SI ESTÁ TOTALMENTE DE ACUERDO CON EL ITEM O "TD" SI ESTÁ TOTALMENTE EN DESACUERDO, SI ESTÁ EN DESACUERDO POR FAVOR ESPECIFIQUE SUS SUGERENCIAS		
DETALLE DE LOS ITEMS DEL INSTRUMENTO	El instrumento consta de 15 reactivos y ha sido construido, teniendo en cuenta la revisión de la literatura, luego del	

	juicio de expertos que determinará la validez de contenido será sometido a prueba de piloto para el cálculo de la confiabilidad con el coeficiente de alfa de Cronbach y finalmente será aplicado a las unidades de análisis de esta investigación.
COSTOS DE VENTAS	
1. ¿Cómo se hace el control de inventarios de los productos, nos detalla acerca de las estrategias para mantener un adecuado inventario?	TA(x) TD() SUGERENCIAS: _____ _____
2. ¿Se aplican estrategias de costos de compra de productos para obtener un mejor precio, que nos puede comentar?	TA(x) TD() SUGERENCIAS: _____ _____
3. ¿Se asumen costos de almacenamiento en esta empresa, nos puede detallar?	TA(x) TD() SUGERENCIAS: _____ _____
4. ¿Respecto a los costos de administración se ha tenido aumentos o se mantiene después de la situación de pandemia?	TA(x) TD() SUGERENCIAS: _____ _____
5. ¿Cuáles son los costos fijos que se asumen en local y otros servicios?	TA(x) TD() SUGERENCIAS: _____ _____

6. ¿Cuál es la proporción de préstamos bancarios con respecto al capital propio invertido en el negocio?	TA() TD(x) SUGERENCIAS: _Reorientar la pregunta en el sentido, si se acude a préstamos bancarios con frecuencia para invertir en compras de productos. Otra opción sería trasladar esta pregunta al aspecto de rentabilidad.
7. ¿Se desarrollan estrategias de promoción para mejorar las ventas, que nos puede precisar?	TA(x) TD() SUGERENCIAS: _____ _____
8. ¿Cómo se gestiona los costos asociados con el transporte de productos?	TA(x) TD() SUGERENCIAS: _____ _____
RENTABILIDAD	
9. ¿Cuáles son las estrategias financieras que se aplica para	TA(x) TD()

lograr una mejor rentabilidad económica?	SUGERENCIAS: _____ _____
10. ¿Qué nos puede comentar acerca de los resultados de la rentabilidad financiera lograda en su empresa?	TA(x) TD() SUGERENCIAS: _____ _____
11. ¿Respecto a los últimos resultados de utilidad neta que nos puede comentar que problemas se han tenido o son los resultados esperados?	TA(x) TD() SUGERENCIAS: _____ _____
12. ¿Qué nos puede comentar acerca de la liquidez general de la empresa, ha sido la adecuada, o se ha tenido problemas?	TA(x) TD() SUGERENCIAS: _____ _____
13. ¿Acerca del capital de trabajo, es suficiente, se ha tenido la necesidad de recurrir a pedir un aumento de los socios?	TA(x) TD() SUGERENCIAS: _____ _____
14. ¿En referencia a la solvencia que nos puedes comentar respecto a sus obligaciones en el corto plazo y largo plazo?	TA(x) TD() SUGERENCIAS: _____ _____
15. ¿Se ha tenido la necesidad obtener financiamiento para cumplir con sus obligaciones o no se tuvieron problemas?	TA(x) TD() SUGERENCIAS: _____ _____

1. PROMEDIO OBTENIDO:	N° TA <u>14</u> N° TD <u>01</u>
2. COMENTARIO GENERALES	
3. OBSERVACIONES	



Juez – Experto

DNI N°17535856

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

Yo, ANA ALARCON MORI, Coordinadora en la Carrera Técnica la Administración de Empresas en I.E.S.T.P."MOTUPE", he leído y validado el instrumento de Recolección de datos (Entrevista) elaborada por: Julca Julca Santos Eleocadia, egresada de la Escuela de Contabilidad, para el desarrollo de la investigación titulada: **"GESTIÓN DE COSTOS DE VENTAS PARA INCREMENTAR LA RENTABILIDAD EN NEGOCIOS ROYLI S.A.C. 2023"**

CERTIFICO: Que es válido y confiable en cuanto a la estructuración, contenido y redacción de los ítems.

Olmos, 04 de setiembre del 2023



ANA ALARCON MORI
JUEZ - EXPERTO
DNI N°17535856

Anexo 4. Carta de autorización

NEGOCIOS ROYLI S.A.C.

DE: FELICITAS FERNÁNDEZ YRIGOIN

“AÑO DE LA UNIDAD, LA PAZ Y EL DESARROLLO”

CONSTANCIA DE AUTORIZACIÓN DE LA EMPRESA

A nombre de “NEGOCIOS ROYLI S.A.C.”, el siguiente documento hace constancia lo siguiente:

El bachiller en contabilidad: SANTOS ELEOCADIA JULCA JULCA, identificada con DNI N° 74726180 de la escuela de CONTABILIDAD de la UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN, autora del informe: GESTIÓN DE COSTOS DE VENTAS PARA INCREMENTAR LA RENTABILIDAD EN NEGOCIOS ROYLI S.A.C. 2023, al uso de dicha información que conforma la información contable, hojas de trabajo, cálculos y reportes de ventas que son para uso exclusivamente académicos de la elaboración de tesis, enunciada líneas arriba de quien solicita se garantice la absoluta confidencialidad de la información solicitada.

Chiclayo, 08 de marzo del 2023

Atentamente

NEGOCIOS ROYLI S.A.C.

Felicitas Fernández Yrigoin
GERENTE
27409616

CALLE SIMON BOLIVAR 489 CHICLAYO - LAMBAYEQUE

Anexo 5. Resolución de proyecto de tesis



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES RESOLUCIÓN N°0117-2023-FACEM-USS

Chiclayo, 21 de marzo de 2023.

VISTO:

El Oficio N°0070-2023/FACEM-DC-USS, de fecha 20 de marzo de 2023, presentado por el Director de la EP de Contabilidad y proveído del Decano de FACEM, de fecha 20/03/2023, donde solicita la actualización de Proyecto de tesis, por caducidad, y;

CONSIDERANDO:

Que, de conformidad con la Ley Universitaria N° 30220 en su artículo 45° que a la letra dice: Obtención de grados y títulos: La obtención de grados y títulos se realizará de acuerdo a las exigencias académicas que cada universidad establezca en sus respectivas normas internas. Los requisitos mínimos son los siguientes: 45.1 Grado de Bachiller: requiere haber aprobado los estudios de pregrado, así como la aprobación de un trabajo de investigación y el conocimiento de un idioma extranjero, de preferencia inglés o lengua nativa.

Que, según Art. 64° del Reglamento de Investigación de la Universidad Señor de Sipán, aprobado con Resolución de Directorio N° 015-2022/PD-USS de fecha 02 de marzo de 2022, indica que "La Investigación Formativa es un proceso de generación de conocimiento, asociado con el proceso de enseñanza – aprendizaje, cuya gestión académica y administrativa está a cargo de la Dirección de cada Escuela Profesional".

Que, el Art. 71° del Reglamento de Investigación, indica que el Comité de Investigación de la escuela profesional da el visto bueno al tema del proyecto de investigación de acuerdo a la matriz de consistencia lógica y del trabajo de investigación acorde a las líneas de investigación institucional.

Estando a lo expuesto y en uso de las atribuciones conferidas y de conformidad con las normas y reglamentos vigentes;

SE RESUELVE:

ARTICULO ÚNICO: APROBAR, la actualización del Proyecto de Tesis, de la egresada de la EP de Contabilidad, según se indica en cuadro adjunto.

N°	AUTOR	TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN	LÍNEA DE INVESTIGACIÓN
01	JULCA JULCA SANTOS ELEOCADIA	GESTIÓN DE COSTOS DE VENTAS PARA INCREMENTAR LA RENTABILIDAD EN NEGOCIOS ROYL S.A.C. 2023.	GESTION EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO

REGÍSTRESE, COMUNÍQUESE Y ARCHÍVESE



Dr. LUIS GERARDO GOMEZ JACINTO
Decano
Facultad de Ciencias Empresariales
UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN



Mg. LISET SUGEILY SILVA GONZALES
Secretaria Académica
Facultad de Ciencias Empresariales
UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN

Anexo 6. Formato T1



FORMATO Nº T1-VRI-USS AUTORIZACIÓN DEL AUTOR (ES) (LICENCIA DE USO)

Pimentel, 10 de octubre de 2023

Señores
Vicerrectorado de Investigación
Universidad Señor de Sipán
Presente. -

EL suscrito:
Julca Julca Santos Eleocadia , con DNI N°74726180

En mí (nuestra) calidad de autor (es) exclusivo (s) del trabajo de grado titulado: **GESTIÓN DE COSTOS DE VENTAS PARA INCREMENTAR LA RENTABILIDAD EN NEGOCIOS ROYLI S.A.C. 2023** presentado y aprobado en el año 2023 como requisito para optar el título de CONTADORA PÚBLICA, de la Facultad de Ciencias empresariales, Programa Académico de CONTABILIDAD, por medio del presente escrito autorizo (autorizamos) al Vicerrectorado de investigación de la Universidad Señor de Sipán para que, en desarrollo de la presente licencia de uso total, pueda ejercer sobre mi (nuestro) trabajo y muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad representado en este trabajo de grado, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera:

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo de grado a través del Repositorio Institucional en el portal web del Repositorio Institucional – <http://repositorio.uss.edu.pe>, así como de las redes de información del país y del exterior.

Se permite la consulta, reproducción parcial, total o cambio de formato con fines de conservación, a los usuarios interesados en el contenido de este trabajo, para todos los usos que tengan finalidad académica, siempre y cuando mediante la correspondiente cita bibliográfica se le dé crédito al trabajo de investigación y a su autor.

De conformidad con la ley sobre el derecho de autor decreto legislativo Nº 822. En efecto, la Universidad Señor de Sipán está en la obligación de respetar los derechos de autor, para lo cual tomará las medidas correspondientes para garantizar su observancia.

APELLIDOS Y NOMBRES	NÚMERO DE DOCUMENTO DE IDENTIDAD	FIRMA
Julca Julca Santos Eleocadia	74726180	

Anexo 7. Reporte Turnitin

Reporte de similitud

NOMBRE DEL TRABAJO

TESIS

AUTOR

SANTOS ELEOCADIA JULCA JULCA

RECuento de palabras

16483 Words

RECuento de caracteres

90157 Characters

RECuento de páginas

60 Pages

Tamaño del archivo

1.5MB

Fecha de entrega

Oct 13, 2023 12:52 PM GMT-5

Fecha del informe

Oct 13, 2023 12:53 PM GMT-5

● 19% de similitud general

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

- 16% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 11% Base de datos de trabajos entregados
- 2% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

● Excluir del Reporte de Similitud

- Material bibliográfico
- Coincidencia baja (menos de 8 palabras)
- Material citado

Anexo 8. Acta de originalidad



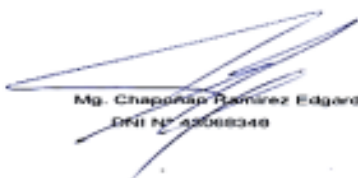
ACTA DE SEGUNDO CONTROL DE ORIGINALIDAD DE LA INVESTIGACION

Yo, Mg. Chapoñan Ramirez Edgar, Coordinador de Investigación y Responsabilidad Social de la Escuela Profesional de contabilidad he realizado el segundo control de originalidad de la investigación, el mismo que está dentro de los porcentajes establecido para el nivel de pregrado según la Directiva de similitud vigente de USS; además certifico que la versión que hace entrega es la versión final del informe titulado, **GESTIÓN DE COSTOS DE VENTAS PARA INCREMENTAR LA RENTABILIDAD EN NEGOCIOS ROYLI S.A.C. 2023**; Elaborado por la estudiante (s) Santos Eleocadia Julca Julca.

Se deja constancia que la investigación antes indicada tiene un índice de similitud del 19% verificable en el reporte final del análisis de originalidad mediante el software de similitud TURNITIN

Por lo que se concluye que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio y cumple con lo establecido en la directiva sobre el nivel de similitud de productos acreditables de investigación vigente.

Pimentel, 13 de octubre del 2023



Mg. Chapoñan Ramirez Edgar
DNI N° 43068346

Mg. Chapoñan Ramirez Edgar
DNI N° 43068346
