

UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS CONTABLES Y FINANCIERAS



**“GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y SU INFLUENCIA
EN LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA
CINEPLEX S.A. DURANTE EL PERIODO 2014 -
2017”**

Tesis para optar título profesional de contador público

PRESENTADO POR:
BACHILLER ANGELA ELIANA MEZA CHOQUE

TACNA – PERÚ
2017

UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA

FACULTAD DE CIENCIAS

EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS

CONTABLES Y FINANCIERAS

**“GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y SU INFLUENCIA
EN LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA
CINEPLEX S.A. DURANTE EL PERIODO
TRIMESTRAL DEL 2014 - 2017”**

TESIS

PRESENTADO POR:

BACHILLER ANGELA ELIANA MEZA CHOQUE

**Para optar título profesional de:
CONTADOR PÚBLICO**

TACNA – PERÚ

2017

DEDICATORIA

A mis padres, Carmen y Fortunato, por su incondicional apoyo y su inmenso amor, que me demuestran cada día, por ser un faro que guía mi camino y por su confianza permanente en mí, por siempre estar en los momentos que más los necesite gracias por todo su cariño.

A mi hermana, Jane por su incondicional apoyo por estar en las malas y las buenas por las amanecidas, por ser la mejor y apoyarme cuando más la necesite gracias.

A mis amigas(os) porque siempre estuvieron pendientes de mi progreso universitario, día con día y por darme su apoyo cuando lo necesité, sin pedirme nada a cambio. A ustedes, Danithza y Deysi que me acompañaron a lo largo de este proceso, que me dieron ánimos para no rendirme y seguir adelante.

AGRADECIMIENTO

A nuestros asesores que estuvieron con nosotros en los momentos que más los necesitábamos.

A nuestro asesor Dr. Winston Castañeda Vargas por su conocimiento, orientación y motivación brindada durante el desarrollo de la tesis profesional.

También quiero agradecerles a esas personas que de una u otra manera estuvieron pendientes a lo largo de este proceso, brindado todo su apoyo incondicional.

Todo este trabajo ha sido posible gracias a ellos.

RESUMEN

La Empresa CINEPLEX S.A. es una empresa constituida en el año 1999, cuyo objetivo como tal, es ser una empresa orientada al desarrollo de una cultura en valores que involucre a sus colaboradores y a sus clientes.

La presente investigación tiene como objetivo determinar de qué manera influye la gestión administrativa en la rentabilidad de la Empresa CINEPLEX S.A..

Este estudio se realizó en la ciudad de Tacna, durante los periodos trimestrales 2014 – 2017. En donde tomamos como muestra los datos de los estados financieros de CINEPLEX S.A., lo que servirá para nuestro análisis respecto a la situación económica - financiera de esta entidad privada. Para la consecución de tal fin y la facilitación para la comprensión de los datos e información obtenida se realizó presentaciones en tablas y gráficos.

Luego de desarrollada nuestra investigación, arribamos a la conclusión en que los ingresos, los costos de ventas y gastos financieros y administrativos si influyen significativamente en la rentabilidad de la empresa CINEPLEX S.A.

Finalmente, esta investigación proporcionará información a la entidad, sobre la importancia de tener un adecuado control sobre los gastos incurridos o las inversiones que realizará a futuro.

PALABRAS CLAVES: Gestión, Finanzas, Rentabilidad, Gestión administrativa.

ABSTRACT

The Company CINEPLEX S.A. is a company incorporated in 1999, whose goal is such, is a company focused on the development of a culture of values that involve its employees and its customers.

The objective of this research is to determine how administrative management influences the profitability of CINEPLEX S.A ..

This study was conducted in the city of Tacna, during the quarterly periods 2014 - 2017. Where we take as the data of the financial statements of CINEPLEX SA, which will serve for the analysis of the economic situation of this private entity. To achieve this goal and facilitate the compression of data and information can be presented in tables and graphs.

After developing our research, we arrive at the conclusion that revenues, sales costs and administrative and administrative expenses influence the profitability of the company CINEPLEX S.A.

Finally, this research provides information to the entity on the importance of having adequate control over the expenses incurred or the investments made in the future.

KEY WORDS: Management, Finance, Profitability, Administrative Management.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	12
CAPÍTULO I PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	14
1.1. Identificación y determinación del problema.....	14
1.2. Formulación del problema.....	16
1.2.1. Problema general.....	16
1.2.2. Problemas específicos.....	16
1.3. Objetivos: generales y específicos.	16
1.3.1. Objetivo general	16
1.3.2. Objetivos específicos	16
1.4. Justificación, Importancia y alcances de la investigación.	16
1.4.1. Justificación.....	16
1.4.2. Importancia.....	17
1.4.3. Alcances.....	18
CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO	19
2.1. Antecedentes del estudio.....	19
2.1.1. Ámbito Internacional	19
2.1.2. Ámbito Nacional	20
2.2. Bases teóricas - científicas.	24
2.2.1. Antecedentes	24
2.2.2. Gestión Administrativa	32
2.2.3. Rentabilidad	57
2.3. Definición de términos básicos.	68
2.4. Sistema de hipótesis.	72
2.4.1. Hipótesis General.....	72
2.4.2. Hipótesis Especificas	72
2.5. Sistema de variables	73
2.5.1. Ingresos.....	73
2.5.2. Gastos Financieros	73
2.5.3. Gastos Administrativos	74
2.5.4. Costos de Ventas.....	74

2.5.5. Rentabilidad	75
2.5.6. Rentabilidad sobre le Activo (ROA).....	75
2.5.7. Rentabilidad del Patrimonio (ROE)	76
2.5.8. Utilidad Neta.....	76
CAPÍTULO III METODOLOGÍA	77
3.1. Tipo de investigación.....	77
3.2. Diseño de investigación.	77
3.3. Población y muestra.....	77
3.3.1. Población.....	77
3.3.2. Muestra	77
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	77
3.5. Técnicas de procesamiento de datos.	78
CAPÍTULO IV RESULTADOS Y DISCUSIÓN	79
4.1. Tratamiento Estadístico e interpretación de cuadros	79
4.2. Presentación de resultados.....	80
4.3. Contraste de hipótesis.....	89
4.3.1. Hipótesis General.....	89
4.3.2. Hipótesis específicas	91
DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....	94
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	95
6.1. Conclusiones	95
6.2. Recomendaciones.....	96
REFERENCIAS	97
ANEXOS.....	102

Índice de Figuras

Figura 1 Grupo Económico	25
Figura 2 Taquilla a nivel mundial(miles de millones USS)	41
Figura 3 Crecimiento de los Espectadores en la Industria y Cineplanet (1980 – 2016).....	43
Figura 4 Market Share Industria Exhibición de Películas Dic- 2016.....	46
Figura 5 Evolución de las ventas totales y Nro. De pantallas Cineplanet	49
Figura 6 EBITDA y Mg. EBITDA Cineplanet	51
Figura 7 Ingresos en Miles de Nuevos Soles	80
Figura 8 Costo de Venta en Miles de Nuevos Soles.....	81
Figura 9 Gastos Administración en Miles de Nuevos Soles	82
Figura 10 Gasto de Venta en Miles de Nuevos Soles	83
Figura 11 Gastos Financieros en Miles de Nuevos Soles	84
Figura 12 Gastos Administrativos y Financieros	85
Figura 13 Rentabilidad sobre el Activo - ROA.....	86
Figura 14 Rentabilidad del Patrimonio - ROE	87
Figura 15 Utilidad Neta en Miles de Nuevos Soles	88

Índice de Tablas

Tabla 1	Participación de accionistas de Nexus Film Corporation	26
Tabla 2	Directorio de Cineplex	29
Tabla 3	Plana Gerencial de Cineplex.....	30
Tabla 4	Complejos de Cineplanet	36
Tabla 5	Complejos de Cineplex Chile	37
Tabla 6	Modelo de Regresión ROE	89
Tabla 7	Modelo de Regresión ROA	90
Tabla 8	Modelo de Regresión Utilidad Neta	91
Tabla 9	Modelo de Regresión Costos de Venta y ROE	92
Tabla 10	Modelo de Regresión Costo de Ventas y ROA	93

INTRODUCCIÓN

La presente investigación tiene como objetivo determinar cómo la Gestión administrativa influye en la rentabilidad de la empresa Cineplex S.A. Para lo cual, los datos se obtuvieron de los estados financieros que servirán para el análisis de la situación económica-financiera de dicha empresa.

Es por ello que en hemos desarrollados los siguientes capítulos:

En el capítulo I presentamos el planteamiento del problema donde se podrá identificar y determinar el problema, establecer los objetivos, determinar la justificación, la importancia y los alcances de la misma.

En el capítulo II refiere sobre el marco teórico que involucra los antecedentes de la investigación, bases teóricas y definiciones operacionales que define conceptos que están plasmados en las bases teóricas.

En el capítulo III expresamos la metodología a utilizar en nuestra investigación, en que se utilizará el diseño longitudinal, Retrospectivo y No experimental y el tipo de estudio es de investigación Básica.

En el capítulo IV se refiere al resultado y discusión de los resultados obtenidos los cuales van a ayudar a comprobar las hipótesis planteadas.

Esta investigación se cierra con las conclusiones obtenidas y recomendaciones que van a ayudar a futuras investigaciones.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Identificación y determinación del problema.

Con la globalización la actividad económica de los países a nivel mundial ha sido impulsado através de las empresas privadas que desarrollan actividades específicas en la búsqueda de la satisfacción de necesidades de una población cuyo nivel de exigencia es mayor cada día.

El Perú es un país que se caracteriza por tener una población con espíritu emprendedor lo cual ha motivado mayores oportunidades laborales. Sin embargo, la aparición de nuevas tecnologías y estándares han hecho que el servicio que prestan las empresas deban actualizarse a fin de mantenerse y/o posicionarse en el mercado.

Asimismo, una determinada cantidad de empresa se viene dedicando al servicio de la cinematografía de las cuales muy pocas fueron capaces de enfrentar los cambios del contexto nacional que tuvieron efectos negativos en el mundo del entretenimiento en las últimas décadas.

En ese sentido, en el transcurso del tiempo la actividad económica de las empresas relacionadas a la industria de la cinematografía ha presentado problemas relacionados a la preferencia de los espectadores sobre determinados géneros cinematográficos, que motivan la producción de nuevas películas que cumplan con estándares del público.

Una de las características de las empresas dedicadas a la cinematografía es la sensibilidad frente a los cambios producidos en la evolución de la economía lo cual influye en los ingresos de las empresas.

Al respecto, CINEPLEX S.A. es una empresa que se dedica a la exhibición de películas, cuenta con 33 complejos o locales a nivel nacional, de los cuales 18 se encuentran en la región de Lima y 15 están instaladas en provincias, y es conocida por la comunidad como CINEPLANET.

CINEPLEX es una de las empresas de cine más grandes de sudamérica la cual mantiene su liderazgo en el mercado peruano desde el año 2001 y su crecimiento al año 2016 alcanza un 49.5% de la facturación por taquilla del mercado y el 46.5% del total de espectadores a nivel nacional, lo cual ayuda a la empresa a mantenerse como una de las primeras en el mercado teniendo en cuenta que con el transcurrir del tiempo la industria crece a pasos gigante. (Apoyo & Asociados, 2017)

La actividad empresarial de Cineplex tiene por objeto la presentación de cintas o películas en muestras de cinematografía, así como a cualquier otra actividad similar al giro cinematográfico tales como la venta de productos de dulcería.

Cineplex S.A. adicionalmente puede trasferir, adquirir y distribuir todo tipo de material cinematográfico, incluidos los equipos de proyección y sus repuestos lo cual ayuda a sus demás complejos contra cualquier inconveniente imprevisto. Así, en general, la compañía puede desarrollar todas aquellas actividades que estén relacionadas con servicios de entretenimiento fuera del hogar vinculado con la habilidad cinematográfica que la empresa brinda, es decir que la empresa brinda servicios de alquileres de salas para seminarios u otros eventos relacionados. (CINEPLEX SA, 2017)

Es preciso señalar que los ingresos que obtiene esta empresa no son solo por las películas o taquillas sino también por las ventas en dulcería y otros ingresos relacionados con la entidad. Además de ellos, tenemos los gastos en general que tiene la empresa y los costos como alquileres de películas.

Por lo antes expuesto, se busca explicar que tanto influye la gestión administrativa en la rentabilidad de la empresa CINEPLEX S.A., teniendo en cuenta que un adecuado control en los gastos puede beneficiar a la empresa o puede perjudicarla.

1.2. Formulación del problema.

La descripción del problema nos lleva a la formulación de las siguientes preguntas: Por lo antes referido, merece plantear la formulación del problema

1.2.1. Problema general

¿De qué manera influye la gestión Administrativa en la rentabilidad de la empresa CINEPLEX S.A.?

1.2.2. Problemas específicos

- ¿Cómo influyen los gastos de administrativos y Financieros en la utilidad neta de la empresa CINEPLEX SA?
- ¿Cómo influyen los costos de venta en la rentabilidad de la empresa CINEPLEX S.A.?

1.3. Objetivos

1.3.1. Objetivo general

Determinar cómo influye la gestión administrativa en rentabilidad de la empresa CINEPLEX S.A.

1.3.2. Objetivos específicos

- Identificar cómo influyen los gastos de administrativos y financieros en la utilidad neta de la Empresa CINEPLEX S.A.
- Establecer la influencia de los costos de ventas en la rentabilidad de la empresa CINEPLEX S.A.

1.4. Justificación, Importancia y alcances de la investigación.

1.4.1. Justificación

La presente investigación se justifica en la necesidad de identificar cómo influye la gestión administrativa en la rentabilidad de CINEPLEX S.A. y si pueden perjudicar a largo plazo o ayudarla a mantener su estancia en el mercado.

Asimismo, el estudio de los indicadores de rentabilidad de la empresa nos va permitir establecer límites y directrices adecuados para aligerar, ejecutar y respaldar la realización de las actividades, consecución de las metas y objetivos establecidas en la empresa, encaminándola a un mejor proceso de proyección.

Además de ello hay que tener en consideración que la gestión administrativa puede llegar a medirse desde diferentes puntos, por lo cual en esta oportunidad se tendrá en considera los factores más resaltantes como los ingresos, costos de venta, gastos administrativos y financieros.

Por otro lado, la presente investigación servirá de antecedente de nuevas investigaciones que pretendan ayudar a otras empresas a mejorar su rentabilidad o crecimiento, logrando de esta manera, mejorar su rentabilidad y ayudando a la toma de decisiones.

1.4.2. Importancia

En cuanto a su importancia, en este trabajo de investigación surge la necesidad de determinar los principales factores que tienen incidencia en rentabilidad de CINEPLEX S.A., teniendo en cuenta que esta investigación determinara nuevo horizonte que permitirá nuevos temas de investigación.

En ese sentido la presente investigación, tendrá por finalidad ayudar a dar orientación a la toma de decisiones, evaluando de manera correcta y oportuna todos sus ingresos y egresos.

Al investigar este problema, considero que los resultados obtenidos contribuirán a enriquecer los conocimientos en el campo de las finanzas.

1.4.3. Alcances

Este trabajo de investigación tiene como fin determinar la rentabilidad de la empresa CINEPLEX en los periodos 2014, 2015, 2016 y 2017 teniendo en cuenta que los datos son en forma trimestral; a su vez también tiene el propósito de determinar cómo los ingresos influyen en la rentabilidad de la Empresa.

Dándole una facilidad de orientación para evaluar sus egresos y así logrando una adecuada gestión la cual le va permitir estabilizar sus dificultades futuras.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes del estudio

2.1.1. Ámbito Internacional

Moyeloma, (2011) con la tesis **LA GESTION FINANCIERA Y SU IMPACTO EN LA RENTABILIDAD DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO KURIÑAN DE LA CIUDAD DE AMBATO AÑO 2010** para optar título de Ingeniera en gestión financiera en la universidad técnica de Ambato en el país de Ecuador. Luego de desarrolla la investigación el autor arribo a las siguientes conclusiones:

- Al ejecutar el diagnóstico de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Kuriñan, se identificó que en la actualidad presenta una gestión financiera ineficiente que no le permite aumentar su rentabilidad como institución aunado a la inexistencia de estrategias adecuadas que le sirvan de respaldo a su crecimiento.

Una de las tendencias de actuales en el campo labor es la capacitación al personal de las empresas siendo esto una actividad a cargo del empleador en ese sentido, conforme las conclusiones arribadas por el autor respecto con la cooperativa de ahorro y crédito la empresa debe proceder a realizar capacitaciones permanentes a sus empleados para lograr brindar un mejor servicio a sus clientes o socios y así lograr recobrar la confianza de los mismos

Conforme con el autor Meyeloma la cooperativa debe proceder a capacitar permanentemente a sus empleados o servidores a fin de que brinden un mejor servicio o a sus clientes o socios pudiendo recobrar la confianza de estos. Además, através un plan financiero elaborado adecuadamente se tendrá una mejor organización y planificación lo cual ayudará a la cooperativa a mejorar, ya que es uno de los factores más importantes, que ayudará al crecimiento de la rentabilidad de la cooperativa y que podrá verificar su estado.

2.1.2. **Ámbito Nacional**

Beyona Flores, (2013) en su tesis **ANÁLISIS DE LOS FACTORES QUE INFLUYEN EN LA RENTABILIDAD DE LAS CAJAS MUNICIPALES DE AHORRO Y CRÉDITO EN EL PERÚ** para optar título en economista de la universidad de Piura en Perú concluyo que:

- El índice de rendimiento ROE depende además de las alternativas que toman sus propios directivos y de la eficiencia con la que trabaja su administración y personal operativo las cuales pueden llevar a una buena decisión. Sin embargo, el entorno macroeconómico incluso influye en su determinación. Al respecto, el objetivo principal de este estudio en esta tesis es identificar que variables internas y del entorno afectan en el rendimiento de las Cajas Municipales de Ahorro y Crédito en el Perú y determinar soluciones factibles.

La autora busca verificar si los factores que está estudiando afectan directamente con la rentabilidad de las Cajas Municipales, por otro lado, se espera un crecimiento sostenible para las cajas municipales a largo plazo teniendo en consideración esto puntos se puede indicar que los factores que estudio la autora le indicaron que con un control y plan de contingencias si llegan a afectar a las cajas municipales por tal manera es necesario determinar soluciones concretas que puedan facilitar un mejor rendimiento.

Rodriguez Castro, (2013) en su tesis **ADMINISTRACIÓN DEL CAPITAL DE TRABAJO Y SU INFLUENCIA EN LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA CONSORCIO ROGA S.A.C. TRUJILLO 2011 – 2012** para optar el título Profesional de Contador Público en la Universidad Privada Antenor Orrego de provincia de Trujillo, departamento La Libertad del País Perú que luego del desarrollo de su investigación realizó las siguientes conclusiones:

- El establecimiento de políticas internas ha permitido una administración adecuado de los recursos de la empresa Consorcio Roga S.A.C., permitiéndole una distribución adecuada de sus ingresos logrando así mayor rentabilidad, lo que le permite mantener el valor de la inversión y que sus activos corrientes sean mayores a sus pasivos corrientes generando una mayor liquidez que permite cumplir con sus obligaciones financieras y con terceros. Dichas Políticas internas están relacionadas al endeudamiento, a las cuentas por cobrar, entre otros.

En esta investigación se pudo observar que las decisiones financieras adoptadas por la gerencia han permitido una administración adecuada del capital de trabajo de la empresa, lo que ha tenido gran incidencia e influencia en la rentabilidad de la misma, buscando que en cada periodo se maximice la rentabilidad, dándole mayor liquidez y permitiéndole cumplir con sus obligaciones financieras lo cual beneficia a la empresa y le da más crecimiento y estabilidad financiera. Teniendo en cuenta esto, la empresa puede lograr preparar planes de contingencia para poder administrar de manera adecuada todos los recursos obtenidos.

Medina Ramirez & Mauricci Gil, (2014) en su tesis **FACTORES QUE INFLUYEN EN LA RENTABILIDAD POR LÍNEA DE NEGOCIO EN LA CLÍNICA SÁNCHEZ FERRER EN EL PERIODO 2009 – 2013** para optar título profesional de Economista y Economista con mención en Finanzas en la Universidad Privada Antenor Orrego en la provincia de Trujillo departamento de La Libertad, País Perú cuyas conclusiones son las siguientes:

- Desde el punto de vista de las ventas, las líneas de negocio Ambulatorio tienen un gran aporte a los índices de rentabilidad de la empresa, seguida por la línea de Hospitalización y finalmente la línea de emergencia.
- El nivel de inversión de la empresa, realizado durante la investigación que se menciona, han tenido resultados positivos en la rentabilidad de la clínica por línea de negocio 4 a nivel proporcional por línea de negocio en mayor prevalencia para la línea ambulatoria para la Clínica Sánchez Ferrer.

Conforme con la autora, ella nos indica que su tesis trata de buscar la ilustración sobre cuáles son los factores más importantes que influyen en la rentabilidad de la clínica con toda la investigación realizada por autor llegó a concluir que el capital humano es un factor junto a otros que no influye de una manera directa en la rentabilidad de la empresa, ya que con respecto a los niveles de venta, el primero es uno de los principales factores que afecta de manera directa en la rentabilidad de la empresa, de la cual el último factor que influye de manera más concreta en la empresa es el nivel de inversión que realiza ya que esto puede perjudicar de manera concreta a la empresa ayudarla a mejorar a largo plazo.

Por otro lado, es necesario recalcar que la línea de negocio de la empresa se tiene que tener consideración puesto que de ella se van a poder determinar nuevos objetivos para la empresa y se obtendrá nuevas ganancias lo cual estabilizaría a la empresa.

Zapata Cruz, (2015) en su tesis **FINANCIAMIENTO Y RENTABILIDAD DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR ABARROTE DE ASENTAMIENTO HUMANO NUEVE DE OCTUBRE, PROVINCIA SULLANA** para optar el título profesional de Contador Público en la Universidad Católica los Ángeles Chimbote Provincia de Sullana, País Perú concluyo que:

- Con respecto a la rentabilidad de las empresas comprendidos en sector mencionado en el título de la investigación de año 2015, un 87% afirma que su rentabilidad mejoró en los últimos años versus un 13% afirma que su rentabilidad no mejoro su rentabilidad en estos últimos años. Asimismo, el 67% afirma que su rentabilidad mejoró debido al financiamiento obtenido versus el 33% no mejoró su rentabilidad con respecto a su financiamiento.

Conforme con las conclusiones que el autor llevo la mayoría de las micro y pequeñas empresas no pueden acceder a un financiamiento, ya que se encuentran en un grado medio, es decir que son informales. Esta situación a determinado que las empresas para alcanzar la rentabilidad para poder salir adelante deban acudir a prestamistas, los mismos que les facilitan el dinero imponiendo interés demasiado elevado o pidiendo algo como aval lo cual pueden ocasionar consecuencias negativas reflejados en pérdidas económicas grandes mayores a las que un finamiento bancario pudiera provocar. Por tal motivo, es conveniente que las micro y pequeñas empresas se formalicen para poder tener beneficios, los cuales van a ayudarlos de manera significativa.

Al hacer un financiamiento puede llevar a que la empresa crezca tanto en rentabilidad como en remodelación del local, además tiene que tener en cuenta que un buen plan de financiación puede ayudar a la empresa tomar buenas decisiones.

2.2. Bases teóricas - científicas.

2.2.1. Antecedentes

2.2.1.1. Reseña

Cineplex es una de las cadenas más grande a nivel mundial se destaca por su gran entrega hacia sus clientes por su gran perseverancia y por siempre enfocarse en brindar una experiencia única. Cineplex Busca no solo la comodidad de sus clientes también brinda un compromiso a sus colaboradores.

Cineplex es una de las primeras empresas de cinematografía que incursiona y apuestan por el Perú en un momento de crisis en años de 1981 a 1995 aproximadamente en donde la cantidad de espectadores había caído considerablemente para la industria del entretenimiento, sin embargo, pesar de todo esto Cineplex decide continuar con la invertir en la industria de la cinematografía y apostar por una nueva oportunidad de crecimiento el cual beneficiaría a la industria como a la economía del Perú permitiendo resurgir después de los problemas del país.

Cineplex S.A. fue constituida por escritura pública del 1 de julio de 1999. La Compañía está inscrita en la Partida N° 11110067 del Registro de Personas Jurídicas de Lima y se dedica a la exhibición de películas. (CINEPLEX SA, 2017)

De acuerdo con Cineplex, (2017) nos indica que la Compañía está conformada por un Grupo Económico con su capitalista principal Nexus Film Corp. y con su subsidiaria Cines e Inversiones Cineplex Limitada, de acuerdo a lo subsiguiente:

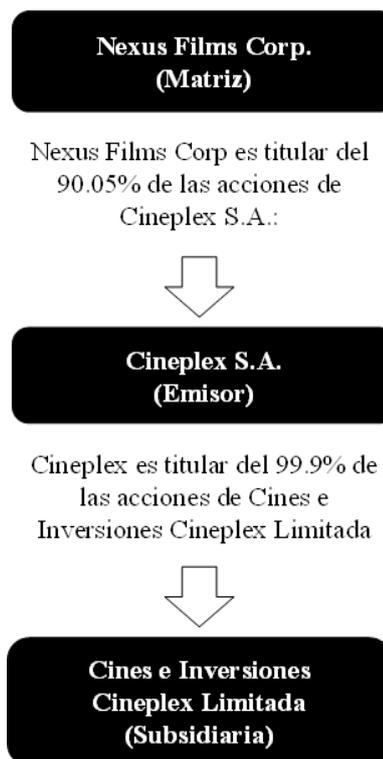


Figura 1 Grupo Económico

Fuente: Memoria Anual 2016 CINEPLANET

Nexus Film Corp (Panamá): Tiene como objetivo principal el dirigir, gestionar y realizar los negocios de una compañía inversionista y tenedora de acciones, lo cual lo faculta para comprar y vender acciones y participaciones sociales en cual parte del mundo dando le así una facilidad de comercio. (CINEPLEX SA, 2017)

Cineplex pertenece a dicha corporación, empresa constituida bajo las leyes panameñas la misma que posee 99.99% de sus acciones dándole así la mayor participación como el mayor inversionista de Cineplex. El 25 de agosto del 2015, la Junta General de Accionistas autorizó la capitalización de resultados por un total de S/ 48.59 millones. (Class & Asociados S.A. , 2017)

Nexus Film Corporation es una empresa que tiene más del 80% de su inversión en la empresa Cineplex, lo cual no da a entender que esta empresa está apostando en el mundo de la cinematografía permitiendo que esta industria crezca a grandes pasos. Esta empresa da crecimiento a Cineplex permitiéndole ser una de las cadenas de cine más grande. Esta empresa permite que Cineplex se desenvuelva de manera libre pero siempre con toma de decisiones oportunas las cuales están llevando a Cineplex a ser una de las mejores empresas del entretenimiento.

Entretenimiento. En el presente año la participación de Nexus Film Corporation, en la empresa CINEPLEX, se ha reducido a un 80.59% dándole así un nuevo porcentaje a los socios de Cineplex, conforme con Class & Asociados S.A. siendo la composición actual:

Tabla 1
Participación de accionistas de Nexus Film Corporation

Accionistas	%
Nexus Film Corporation	80.59
Otro accionista	19.41
Total	100.00

Fuente: Class & Asociados S.A.

Para comienzos del segundo trimestre del 2017 los socios de Cineplex obtienen mayores responsabilidades sobre las decisiones de la empresa dándoles más responsabilidades tano como ganancias. Es decir, que obtienen mayor participación.

Cines e Inversiones Cineplex Limitada (Chile): Tiene como fines principales la explotación, adquisición y/o conducción de exposiciones de cinematografía y entretenimiento, así como cualquier otra obra similar al giro cinematográfico. (CINEPLEX SA, 2017)

Aparte del giro cinematográfico realiza la venta de dulcería, lo cual constituye uno de los giros de la empresa. Cines e Inversiones Cineplex Limitada opera desde julio del 2012 bajo la marca Cineplanet (antes Movieland) y su extensión de marca Cineplanet Prime. (CINEPLEX SA, 2017)

Por otro lado, su subsidiaria en Chile es una de las empresas más comerciales en ese país lo que le está permitiendo a la industria crecer más, además de ello Cineplanet Chile ofrece a sus clientes una experiencia única dando a su público una comunidad única, siendo uno de las competencias más cercanas para el complejo de Tacna, teniendo en consideración esto podemos decir que no importa si existen mayor competencia entre complejos. Lo que distingue a cada complejo es la calidad y sus precios emitiendo que cada complejo sea único, además de ello Cineplanet es una familia la cual se preocupa por la preferencia de sus clientes.

Según el análisis realizado por Apoyo & Asociados (2017) nos indica que entre las razones por la cuales la empresa se encuentra en adecuada posición es gracia a:

- i) El acompañamiento en el plan agresivo de crecimiento del negocio retail del Grupo Intercorp ayuda a Cineplex a incorporar nuevas promociones que la ayudan a su crecimiento dando a si la oportunidad de invertir en nuevos complejos.
- ii) La ubicación de sus locaciones, ayudan a atraer a nuevo público logran así su crecimiento y expansión permitiéndole formar estrategias por cada complejo.

- iii) Su diversificación geográfica, le permite mantener diferentes precios lo cual logra atraer a nuevo público y promociones dirigidas ayudan a mantener su alto crecimiento, reduciendo la confrontación entre complejos y optimizando la ocupación de sus salas, permitiendo que la empresa crezca y dándole oportunidad a mejorar.

Su posicionamiento en el mercado internacional de cinematografía ayuda a la empresa a mantener un margen de ganancia optimo, un crecimiento en la industria y mayor rentabilidad que la ayuda a crecer y seguir siendo una de las más grandes cadenas.

Cineplex mantiene una interacción comercial e importante con el Grupo Intercorp el cual le permite desarrollar negocios comunes, con un punto de vista de crecimiento conjunto en algunos proyectos futuros los cuales van a beneficiar no solo a empresa si también al Grupo, buscando generar beneficios comerciales y económicos para ambas partes, de esa manera lograr que la empresas esa una de la mejores del mercado. (Class & Asociados S.A. , 2017)

Cineplanet tiene alianzas con diferentes entidades lo que le permite tener más oportunidades en el mercado además de ello le permite crece como empresa dando precios accesibles al público lo cual permite crecer tanto a la empresa como a la empresa que brinda esta promoción.

Asimismo, la empresa tiene como socios importantes a las cadenas de supermercados Plaza Vea y Vivanda y a la cadena de farmacias Inkafarma (pertenecientes al Grupo Intercorp), con los que se desarrollan campañas comerciales para impulsar la venta de tickets en todo el territorio lo que le permite a la empresa seguir creciendo. (Class & Asociados S.A. , 2017)

El impulso de las ventas le permite tener opciones para poder crecer y brindar oportunidades a cadena de poder llegar a sus metas.

Teniendo cuenta que una adecuada estrategia ayuda a la empresa a mejorar su atención y brindar a sus clientes una comodidad, la cual puede ayudar a la economía del consumidor dando opciones para el cliente pueda disfrutar de un entretenimiento adecuado ya que los beneficios obtenidos ayudan a la empresa a impulsar sus ventas y a la vez dan al cliente una satisfacción de que la empresa tiene en cuenta la opinión del público.

2.2.1.2. Estructura administrativa

Class & Asociados S.A., (2017) nos indica que: El Directorio de Cineplex está conformado por cinco (05) Directores, siendo su conformación actual aprobada en la Junta Obligatoria de Accionistas del 29 de marzo del 2017.

Tabla 2

Directorio de Cineplex

Directorio

Presidente: Rafael Dasso Montero

Directores: Javier Rehder Castro

Felipe Cebrecos Revilla

Julio César Luque Badenes

Misael Shimizu Mitsum asu

Fuente: Class & Asociados S.A.

La empresa cuenta, en la práctica de valores y buena atención al público, con un Código de Buenas Prácticas y Políticas de Gobierno Corporativo, que permite fortalecer las acciones referentes a su gobierno corporativo el cual le permite tener un adecuado control en la empresa y a la vez le permite tener un compromiso con sus colaboradores. (Class & Asociados S.A. , 2017)

La plana gerencial de Cineplex está conformada por ejecutivos de amplia experiencia, mostrando reducido índice de rotación. (Class & Asociados S.A. , 2017), lo cual demuestra el compromiso de los trabajadores hacia la empresa.

Tabla 3
Plana Gerencial de Cineplex.

Plana Gerencial	
Gerente General:	Fernando Soriano Barrantes
Director de Finanzas y Planeamiento:	Luis Costa Velarde
Director de Operaciones:	Rafael Nieves Rondon
Director Comercial:	Juan José Duffo Samiento
Director Programación y Distribución:	Álvaro Sedano Andrade
Gerente Contraloría:	Sonia Quispe Ramírez
Gerente de Operaciones:	Miguel Delgado Vargas
Gerente de Desarrollo Humano:	Monica Aristizabal
Gerente de Tecnología:	Víctor Arévalo Rodríguez

Fuente: Class & Asociados S.A.

2.2.1.3. Visión, Misión y Valores

Cineplanet es una de las empresas de cine más gran del mercado que no solo busca su beneficio propio también busca brindar a sus clientes un segundo lugar donde puedan ir a relajarse y ser capaces de sentir una comodidad única de entretenimiento y tranquilidad por lo cual se enfocan de brindar una experiencia de entretenimiento uno.

Conforme con el sitio Web Cineplanet, (s.f.) nos indica que:

Misión: Crear y brindar una experiencia de entretenimiento inolvidable.

Visión: Ser una de las 3 cadenas de cine más grandes de Sudamérica que se diferencia por su buen nivel de servicio.

Valores:

- Personas con sentido del humor
- Leales
- Aprendemos cada día
- Nos enorgullece ser honestos
- Excelentes en el servicio
- Trabajamos en equipo.

Además, Cineplanet nos solo busca la comodidad de sus clientes también busca brindar una experiencia de una segunda familia para sus colaboradores para dar así una tranquilidad y confort al momento de atender a sus clientes, la empresa busca mejorar cada día para así poner en práctica sus valores para lograr fidelizar a sus clientes dándoles una adecuada experiencia.

2.2.1.4. Estrategia

La organización que considera la entidad CINEPLEX S.A. de acuerdo con Apoyo & Asociados (2017) nos indican que la empresa busca mantener su postura como la primera cadena del mercado de exhibición de películas del país a través de un atrevido plan de crecimiento con el cual planea tomar ventaja sobre sus competidores, de la baja penetración del mercado la empresa busca la opinión del público con las preferencias de géneros de películas y desde la perspectiva favorables que mantiene la economía del país se busca dar opciones de promociones al público las cuales los beneficien.

Por otro lado, la empresa tiene planeado invertir en la apertura e inauguración de nuevos complejos o sucursales en las zonas más alejadas de Lima y demás provincias del Perú. (Apoyo & Asociados, 2017). Lo cual ayudara al crecimiento de la empresa, brindando nuevos servicios de entretenimiento, situación que generaría nuevos puestos de trabajo, precios accesibles y cómodos para el público y más variedad en su cartelera.

Cabe indicar que, que la empresa trabaja en igualar sus objetivos tanto en Perú como en Chile para lograr una igualdad y crecer con los nuevos avances que la empresa trae para mejorar, los cuales vienen dando resultados óptimos y logrando que la empresa crezca cada vez más con sus nuevos formatos Prime y Xtreme Laser los cuales mejoran la experiencia, creando una comodidad única (Apoyo & Asociados, 2017) y dejando a los clientes satisfechos con sus nuevas implementaciones que realizan.

Cineplex se encarga de planificar nuevas estrategias que benefician a la empresa a poder seguir siendo una de las mejores brindando una experiencia única a su público la cual le permite llegar a cada uno. Además de ello buscan nuevas estrategias para seguir fidelizando a su público.

2.2.2. Gestión Administrativa

De acuerdo a lo expresado por Mochón (2014) en Artículo de nombre La Gestión Administrativa y Financiera, Una Perspectiva desde los Supermercados del Cantón Quevedo Velasquez Gomez, Ponce Alava, & Franco Coello (2016) nos explica que la administración consiste en coordinar y supervisar las actividades que desarrollan la organización para la consecución de su objetivo en forma eficaz y competente. Constituyendo esto último en la función esencial de la administración.

En ese sentido el desempeño de la gestión administración deberá adaptarse a los rasgos distintivos de cada dirección con la finalidad de poder atender todos los propósitos de la empresa de manera que se logre una buena toma de decisiones que beneficiará a la empresa.

Por consiguiente, gestión administrativa se encarga de gestionar tanto el ámbito administrativo y financiero de una empresa dando así un control adecuado para poder verificar que las decisiones tomadas sean las correctas. Además de ello se puede indicar que la gestión administrativa nos permite controlar y organizar una adecuada toma de decisiones.

Hitt, Black, & Porter (2006) conceptualizan el termino administración como “el proceso de estructurar y utilizar un conjunto de recursos orientados hacia el logro de metas.”

Por otro lado, diferentes autores determinan que la administración con recursos que ayudan a la empresa a desempeñarse de manera oportuna y completa dando así una mayor planificación para preparar o planificar un adecuado plan de contingencia para cualquier problema presente.

La gestión administrativa tiene gran incidencia en la gestión financiera de una empresa en este contexto. Surge una serie de inconveniente debido a la ineficiencia de esta última gestión en e proceso de toma de decisiones relativa a inversión y elaboración de presupuestos lo que podría ocasionar un completo problema que tendría como consecuencia la quiebra de la empresa.

En ese sentido, Nuñez (2009) señala que la gestión financiera se encarga de la eficiente administración del capital de trabajo dentro de un equilibrio de los criterios de riesgo y rentabilidad, en tal sentido, es necesario que la gestión financiera como la gestión administrativa estén de la mano para lograr una armonía y un adecuado orden el cual beneficie a la empresa.

Teniendo en cuenta las opiniones de los autores se puede recalcar que la gestión administrativa es un punto muy importante para una empresa, puesto que de ella se pude manejar los recursos y decidir para donde se destinan através de establecimiento de estrategias de gestión de la empresa.

En conclusión, la gestión administrativa y financiera son de gran importancia dentro de una empresa sea cual sea el giro por cuanto, busca gestionar de manera adecuada los recursos humanos y financieros con la finalidad de que se lleve un control efectivo del presupuesto y de los recursos del negocio. Es decir, que pueda ser capaz de solventarse por sí sola, para así poder mantener el negocio en un estado óptimo y rentable de esta manera tendrá en cuenta sus puntos débiles y sus fortalezas.

2.2.2.1. Ingresos

Conforme con la Subgerencia Cultural del Banco de la República de Colombia(2015) nos indica que “los ingresos, en términos monetarios, hacen indicaciones a todos los ingresos económicos que recibe una persona, una familia, una empresa, una organización, un gobierno, etc.”

Es decir, los ingresos monetarios que son generados como consecuencia de realizar un servicio o venta de un artículo implica el aumento del patrimonio empresarial, teniendo en cuenta que este incremento no debe ser por aportación de los socios sino por los recursos obtenidos por el servicio brindado.

El tipo de ingreso que recibe una persona o una empresa u organización depende de las acciones que realice, ya sea realizado por un trabajo o un buen desempeño. El ingreso es una remuneración que se obtiene por realizar dicha actividad las cuales son recompensadas son un salario en el cual recibe el trabajador. (Subgerencia Cultural del Banco de la República de Colombia, 2015)

Por ejemplo, la empresa J&M recibe un ingreso por la venta de autos. Si ésta es la única actividad remunerada que realiza la empresa durante un tiempo, la venta del auto sería el ingreso total. Por el contrario, si la empresa J&M, además de la venta del auto, arrienda una camioneta a la empresa Esperanza, el dinero que percibe por el alquiler también sería un ingreso. En este último caso, la venta del auto más el dinero del alquiler constituyen el ingreso total. Los ingresos pueden ser aprovechados para satisfacer la compra de nueva mercadería.

Teniendo en consideración el ejemplo podemos decir que los ingresos son el punto clave para que una empresa se encuentre rentable, pero si estos ingresos no son gestionados de manera correcta o invertidos de forma precisa se puede perjudicar a la empresa a largo plazo. Como se puede indicar al gestionar los ingresos de manera correcta podemos distribuirlos a todas las áreas sin demora y se podrá realizar decisiones oportunas.

Para la clasificación de los ingresos utilizaremos como referencia la clasificación realizada por la Subgerencia Cultural del Banco de la República de Colombia (2015) la cual clasifica de la siguiente manera:

- Los ingresos ordinarios: son aquellos ingresos que se obtienen de forma habitual como, por ejemplo, el sueldo de un empleado que trabaja en una compañía en forma permanente.
- Los ingresos extraordinarios: son aquellos ingresos que provienen de hechos especiales como, por ejemplo, un negocio imprevisto por parte de una persona.

Por consiguiente, los tipos de ingresos se pueden dividir en diferentes formas, pero la más precisa sería la Subgerencia Cultural del Banco de la República de Colombia la cual nos indica como podemos clasificar los ingresos de una empresa teniendo en cuenta esto podemos indicar que los ingresos de Cineplanet varían dependiendo el servicio que valla a ofrecer como por ejemplo: la venta de entradas, la venta de dulcería y el alquiler de una sala para eventos específicos ya sean cumpleaños, seminarios, corporativos o funciones especiales.

Conforme con la investigación de Apoyo & Asociados (2017) nos indica:

- a) Operaciones:** A la fecha, Cineplanet cuenta con 33 complejos, de los cuales 18 están ubicados en Lima y 15 en las principales ciudades del interior del país lo cual beneficia a la empresa permitiéndole brindar un servicio único

Tabla 4
Complejos de Cineplanet

Región	Complejos	Salas
Lima	18	150
Arequipa	2	15
Piura	2	14
Lambayeque	1	9
La Libertad	2	15
Junín	1	9
Puno	2	9
Tacna	1	7
Huánuco	1	5
Cajamarca	1	5
Cusco	1	9
Ucayali	1	5
Total	33	252

Fuente: Class & Asociados S.A.

En el año 2005, la empresa inició su internacionalización por medio de su subsidiaria Cines e Inversiones Cineplex Ltda. Chile, que opera la cadena Cineplanet en dicho país. Actualmente, la cadena en Chile está conformada por 9 complejos, de los cuales 5 están ubicados en la Región Metropolitana de Santiago. (Class & Asociados S.A. , 2017)

Tabla 5
Complejos de Cineplex Chile

Región	Complejos	Salas
Santiago	5	47
Temuco	1	6
Valdivia	1	5
Concepción	1	7
Copiapó	1	6
Total	9	71

Fuente: Class & Asociados S.A.

Dentro de las estrategias de mercado de la empresa se encuentra el seguimiento de su público objetivo lo que le permite a la empresa establecer tarifas de acuerdo a tipo de espectadores situación que dependerá de la zona geográfica en la que se encuentre el complejo y/o el nivel socio económico de la población.

Lo expresado en párrafo anterior a logrado que Cineplanet ocupe una posición por encima del resto de las demás empresas dedicadas al mismo rubro 47.6% vs. 40.6% al cierre del 2016 y manteniendo un promedio superior al de la industria S/ 8.8 vs S/ 8.3 logrando posicionarse en el negocio. (Apoyo & Asociados, 2017)

Teniendo en cuenta que nuestro país tiene diferentes niveles socioeconómicos, la empresa trata de igualar los precios de sus entradas a la economía del cliente para que de esta manera los clientes disfruten de un entretenimiento único, cabe recalcar que los precios son de acuerdo a las zonas donde se encuentra ubicado los complejos.

Esta situación, ha sido un factor predominante que determino que la empresa Cineplanet incorpore un sistema de fidelización llamado "Planet Premium", el mismo que le permite obtener y recabar información de aproximadamente 760,000 clientes activos respecto ítems relacionados a la frecuencia de asistencia al cine y gustos para así preparar y ofrecer una variedad de promociones dirigidas de acuerdo al tipo de consumidor al local (zona geográfica) y tipo de película. (Apoyo & Asociados, 2017) para así lograr una fidelización la cual ayuda al crecimiento de la empresa y así mejorar su gama de entretenimiento.

Como un punto muy importante para la empresa la fidelización con el programa Planet Premiun con este programa la empresa puede dar a sus clientes nuevas promociones mejores precios los cuales son más accesibles para ellos teniendo en cuenta que esta tarjeta no es una tarjeta de crédito y de débito solo es una tarjeta q ayuda al cliente a obtener mayores promociones y más beneficios.

De acuerdo con Apoyo & Asociados, (2017) nos indica que los ingresos del rubro esta clasificas en:

- a) Taquilla: son aquellas transacciones realizadas por la venta de entradas al cine el mismo que este afecto a un denominada impuesto de taquilla según Apoyo & Asociados los ingresos de taquilla constituyen el 53.6% de los ingresos totales de Cineplanet el mismo que está afectado por un impuesto del 10%. (Apoyo & Asociados, 2017)

En taquilla podemos ver nuestra preferencia de película en este punto como espectadores obtenemos una entrada a un precio general si en ese momento se cuenta con alguna promoción o beneficio se puede aplicar, para la empresa es gratificante cuando un cliente disfruta de una función especial.

- b) Dulcería: Otras de las fuentes de ingreso de la empresa que representa el 40.2% es la venta de comida y dulces. Esta comprendido dentro de las ventas de comida y dulce: Pop Corn, bebidas gaseosas, refrescos, helados, muffins, chocolates y otros (Apoyo & Asociados, 2017)

Con respecto a los ingresos percibidos en dulcería es considerado como su segundo ingreso más importante ya la empresa al dedicarse a la exhibición de películas son un porcentaje mínimo, ya con las ventas de dulcería la empresa se recupera sustanciosamente y cubre todos sus costos y gastos.

- c) Otros ingresos: Aparte de la taquilla y dulcería la empresa obtiene ingresos provenientes de otras actividades tales como las equivalentes a la publicidad, ventas corporativas de película y distribución de las mismas, lo que representa el 6.2% de sus ingresos.(Apoyo & Asociados, 2017)

Con respecto a estos otros ingresos son obtenidos gracias a los alquileres de salas para seminarios, cumpleaños, eventos corporativos, exhibición e publicidad y funciones especiales de películas las cuales forman el tercer ingreso que la empresa obtiene

Teniendo en cuenta estos tres ingresos significativos se puede entender la dulcería es un punto clave para la supervivencia de la empresa puesto que de ella se puede reflejar un aporte considerable de los ingresos.

El negocio de distribución de películas, no solo es una fuente adicional de ingresos es también un lugar donde el público es capaz de olvidar sus problema, adema le da un máximo conocimiento y exposición en la industria dándola a conocer y permitiendo que este tipo de genero sea más conocido, además de ellos también le permite tener una mayor información respecto a sus competidores. (Apoyo & Asociados, 2017)

b) Industria

Durante el desarrollo de esta investigación hemos mencionado el éxito de la industria cinematográfica tal es así que durante el 2016 a nivel mundial recaudo un aproximado de US\$38,600 millones (0.5% por encima del 2015) lo cual le permitió convertirse en el mercado más grande en términos de taquilla (38.6% del total). (Apoyo & Asociados, 2017) lo que nos indica que la industria de cine recobra mayor territorio.

Por consiguiente, a nivel mundial la cinematografía es una industria muy rentable teniendo en cuenta que la preferencia del público siempre va decidir si una empresa dedicada al entretenimiento sigue en carrera.

En los últimos años la industria de la cinematografía ha logrado posicionarse en el continente asiático es por ello que resaltamos la facturación en China por US\$6.8 billones, lo que representó el 44.3% de la recaudación de la región. (Apoyo & Asociados, 2017) lo cual se puede deber a la diversificación de películas puestas en cartelera y al consumos de dulcería.

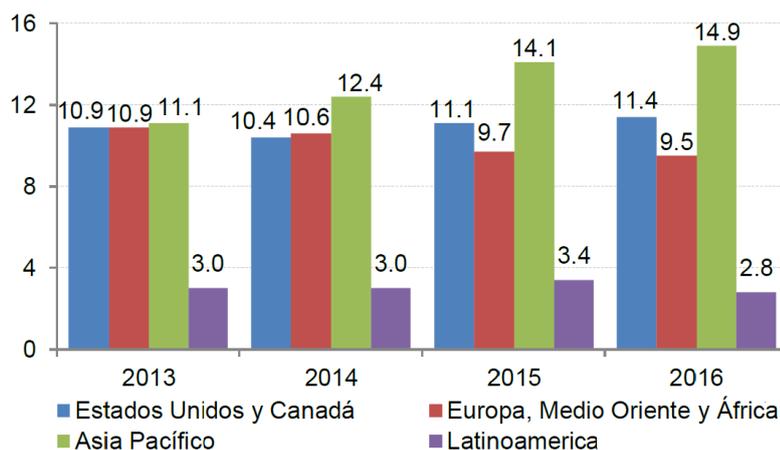


Figura 2 Taquilla a nivel mundial(miles de millones USS)

Fuente: American Motion Picture Association

En contraste con el grafico anterior en Latinoamérica se registró una caída en la industria cinematografía de 17.6% en el 2016, sin perder su posicionamiento en el mercado (Apoyo & Asociados, 2017). Esto se puede deber a que los ingresos del público se vieron afectados de alguna manera por lo cual se pudo llegar a la meta o pueda que se deba al tipo de película que se consideró en cartelera los factores que afecta a rentabilidad de una empresa varían dependiendo el lugar o factores del momento.

En el caso de nuestro país, la industria cinematográfica ha llegado a generar ingresos de taquilla equivalentes a más de S/ 424.2 millones de soles superando los ingresos recaudados en el 2015. (Apoyo & Asociados, 2017) lo cual puede explicarse a que la industria del cine está resurgiendo poco, además se puede deberse al incremento de nuevos complejos, a la concurrencia de espectadores, al tipo de películas en la temporada y otros factores que pueden afectar a la industria de manera muy considerable.

A lo largo de la presente investigación se ha repetido en varias oportunidades los efectos del cambio social de la globalización en el ámbito cinematográfico, que ha llevado a que las empresas dedicadas a este giro tengan como principal característica la sensibilidad frente a la evolución del desarrollo económico, reflejado en las estrategias dirigidas de acuerdo al tipo de consumidor su condición social y condición económica.

Si la empresa no llegara a cumplir con lo señalado en el párrafo anterior afectaría en parte a la industria, la misma que recobraría su posición con nuevas estrategias las cuales beneficiarían a la industria.

Hay diferentes factores que afectan a la industria del entretenimiento, pueden ser los temas a tratar, la música, las películas expuestas en los cines, el nivel socioeconómico de las personas o los precios o entre otros, todos estos factores afectan directamente a la industria hay que tener en cuenta que nuevas estrategias ayudan al crecimiento. Con un plan bien elaborado, propuestas con fines específicos la industria se vería recobrando su posicionamiento y generaría mayores ganancias.

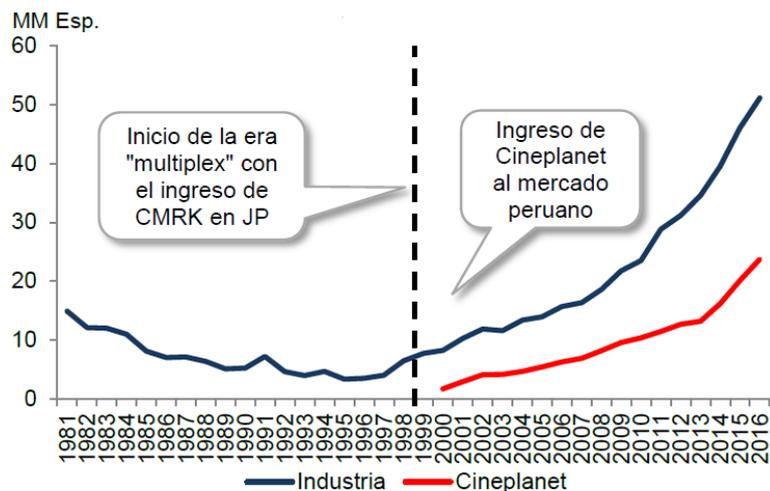


Figura 3 Crecimiento de los Espectadores en la Industria y Cineplanet (1980 – 2016)

Fuente: Cineplex S.A.

Como podemos observar en la figura 3 vemos de qué manera la industria fue afectada desde los años 80s hasta mediados de los 90s ya a inicios de año 1999 vemos como industria recobra el mercado por tal motivo ya al inicio del 2000 la empresa Cineplanet ingresa al mercado peruano, de esta manera comienza su incursión y así se mantiene hasta la fecha como una de las mejores empresas en el entretenimiento brindando una comodidad a sus clientes.

Como parte de lo anterior, cabe señalar que la inauguración de nuevos complejos está relacionado generalmente a la apertura de centros comerciales u otros formatos de retail, dado a los altos costos de un local propio. La empresa opta por un formato de alquiler ya que esto ayuda a atraer más cliente beneficiando a centros comerciales como a la empresa misma (Apoyo & Asociados, 2017)

El formato de alquiler que la empresa opta son contratos que gradúan de entre 20 a 30 años aproximadamente los cuales son renovables dándole de esta forma diferentes opciones.

Por otro lado, uno de los problemas más importantes es la piratería de películas lo cual puede ocasionar grandes pérdidas para la industria, teniendo en consideración que las empresas optan por servicios de seguridad dentro de las salas la piratería sigue siendo uno de los problemas que más afecta a las empresas de cines, considerando todo esto no se puede comparar ver una película en la pantalla de un televisión con una sala de cine puesto que en ella se puede disfrutar de una manera única e inolvidable.

c) Competencia

La industria del Cine es tan dinámica cada año, por tal motivo la competencia siempre está presente teniendo en cuenta esto, las empresas que se dedican a la exhibición de películas siempre tienen que preparar nuevas estrategias para resaltar entre las demás y así poder seguir en el mercado teniendo la preferencia del público.

En orden de ideas, en el Perú las empresas inmersas en la industria cinematografía ha tratado de cumplir con estos requerimientos, resaltando a la fecha la existencia de cuatro cadenas de multicines las cuales se encuentran en una constante competencia. En donde Cineplanet ha logrado posicionarse como líder de la industria cinematográfica con una participación del 49.5% de la recaudación total del mercado. (Apoyo & Asociados, 2017)

Hasta el año pasado la empresa Cineplanet ha llegado posicionarse dentro del mercado peruano teniendo la preferencia del público puesto que ofrece una variedad mayor lo cual satisface al público dándole mayor seguridad y confianza para poder disfrutar de momento inolvidable.

En contraste con lo anteriormente señalado podemos apreciar que la segunda cadena cinematográfica líder en el Perú es la empresa Cinemark la cual tiene un participación en el mercado del 19.2% permitiéndole competir contra cineplanet. (Apoyo & Asociados, 2017)

El éxito de Cinemark se ha evidenciado en la mantención de los estándares de calidad, que le han permitido tener una mayor cantidad de películas y diferente gama de entretenimiento permitiéndole poder competir en esta industria.

Otra de las empresas que tiene como principal giro la trasmisión de películas en pantalla gigante es la empresa Cinestar la cual tiene una participación del 12.7% ubicándose como tercera en el mercado su principal estrategia visible ha sido el establecimiento de bajos costos, lo cual tiene una acogida del público por sus bajos precios tanto en dulcería como en boletería. (Apoyo & Asociados, 2017)

Esta empresa también ha logrado posicionarse en el mercado cinematográfico peruano ya que ha establecido un mercado enfocado en la accesibilidad del servicio através de sus precios cómodos y accesibles permitiéndole mantenerse en la industria.

Otra de las empresas participes en la industria peruana de la cinematografía es Multicines UVK la cual ha logrado obtener una reconocida presencia en el mercado peruano. Sin embargo, esta no ha llegado a superar los obstáculos propuestos por su público objetivo. diferencia de las otras empresas. A pesar de ello, posee el 6.3% del mercado. (Apoyo & Asociados, 2017)

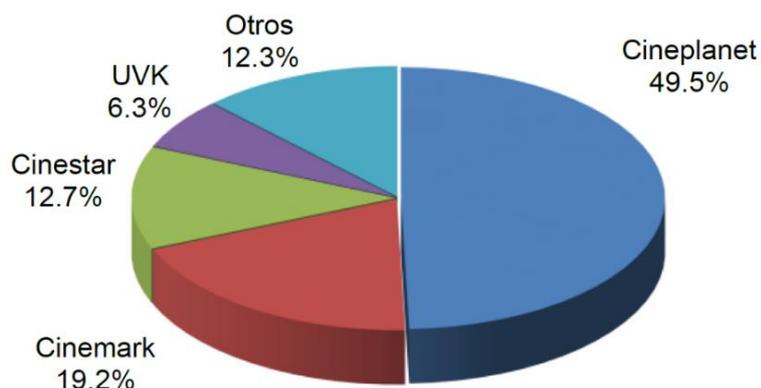


Figura 4 Market Share Industria Exhibición de Películas Dic- 2016

Fuente: Cineplex S.A.

Como hemos venido señalando, Cineplanet es una empresa que ha sabido elaborar estrategias para posicionarse, y, por tanto, mantenerse como líder en el mercado cinematográfico peruano desde inicios de la década del 2000. Estas estrategias son los principales factores o causas que han determinado y siguen determinando el liderazgo de la empresa, toda vez que trabajo con ámbitos relacionados con la diversidad geográfica capacidad socio económica de los usuarios, es decir los espectadores.

Teniendo en consideración todos los puntos antes mencionados podemos indicar que Cineplanet mantiene su liderazgo gracias a su diversificación de precios lo cual ayuda a ser una de las mejores, además también se debe a la apertura de nuevos complejos la cual le permite captar más público, también se debe las promociones que brinda por temporadas las cuales ayuda a la empresa a crecer.

En el 2015 la empresa Cineplanet no emprendió ni asumió nuevos retos, sin embargo, Cineplanet logro incrementar la participación en el mercado cinematográfico, esto se evidencia con la nueva apertura de nuevas salas y el uso de la totalidad de las salas existente. Aun nado con las promociones dirigidas a las clases de usuarios-consumidores.

En contraste con el párrafo anterior en el año 2016, Cineplex inauguró dos nuevos complejos lo cuales permitieron que se convierta en el cine con mayor afluencia de espectadores. Es decir, hubo un aumento significativo del publico espectador, lo que implicó la ejecución de promociones dirigidas su público lo cual le permite crecer y ser la numero uno en su rubro.

Teniendo en cuenta estos dos años podemos resaltar que la apertura de nuevos complejos como la remodelación de algunos de ello afecta en la preferencia del público a que esto nos indica que el cine trae nuevos formatos y mayor diversificación.

Así también, podemos observar que el éxito de la empresa Cineplanet hace que esta tenga índices positivos de ingresos que puedan ser utilizados estratégicamente para mejorar su servicio.

2.2.2.2. Gasto Financiero

Los gastos Financiero son un punto muy importante en una empresa, ya que cuando una empresa obtiene un préstamo de tercero se compromete a una obligación la cual tiene que asumir, además podemos indicar que los gastos financieros son necesarios para inversiones o compra equipos lo cual beneficia a la empresa en tiempo determinado o puede perjudicarla siempre y cuando sea bien administrado.

Conforme con Bujan (2014) los gastos financieros son todos aquellos en los que incurre una empresa como consecuencia del uso de capitales puestos a su disposición por terceras personas.

Por consiguiente, la financiación por terceros puede ayudar a la empresa a mejorar su crecimiento económico, puesto que de ella pueden venir mayor ingreso permitiéndole crecer y desarrollarse de manera correcta.

De acuerdo con Sevilla Arias (2017) nos indica los gastos financieros mas frecuentes son:

- Los intereses pagados por las deudas. Esto permite al prestamista obtener un beneficio, expresado como un porcentaje, basado en la cantidad actual que se ha proporcionado al prestatario. Las tasas de interés pueden variar dependiendo del tipo de financiación elegido y la solvencia del prestatario. (Sevilla Arias, 2017)
- Las comisiones estas se suelen originar al realizar operaciones con bancos, cajas o entidades de crédito. Las comisiones pueden ser de muchos tipos como por ejemplo las comisiones por mantenimiento de la cuenta, comisiones por cancelación de un préstamo, comisiones de apertura, de comisiones de la tarjeta, etc. (Sevilla Arias, 2017)

Conforme con lo indicado los gastos financieros un aspecto muy relevante para una empresa, por lo cual es conveniente tenerla en cuenta en el momento de realizar un análisis, ya que puede beneficiar o perjudicar a la empresa al considerar obtener estos gastos es necesario que a empresa realice un adecuado plan para verificar que la empresa sea capaz de cubrir con sus ingresos el préstamo realizado.

Según el estudio realizado por Apoyo & Asociados (2017) al desempeño financiero de la empresa Cineplanet nos indica que ha registrado un crecimiento sostenido en su nivel de ventas. Los factores que explicaron este crecimiento fueron: i) el aumento en el número de salas; ii) mayores niveles de ocupación y de espectadores por pantalla; y, iii) el mayor ticket promedio de las entradas, el cual pasó de S/ 7.8 a fines del 2010, a S/ 8.9 al cierre del 2015.

Los factores que explican el crecimiento fue el aumento en el número de salas ese se debe gracia a la preferencia del público o la más de la construcción de nuevos complejo e reformas de algunos complejos, además podría ser el consumo mínimo de cada espectador al consumir algo en dulcería lo cual beneficia a la empresa.

Por otra parte, en el 2016, las ventas totales superaron en 21.5% a lo registrado al cierre del 2015. El incremento de las ventas se debió, entre otros, a la inauguración de dos nuevos complejos, los cuales ayudaron a su crecimiento, colocando a Cineplanet en uno de los mejor cine del país. (Apoyo & Asociados, 2017)

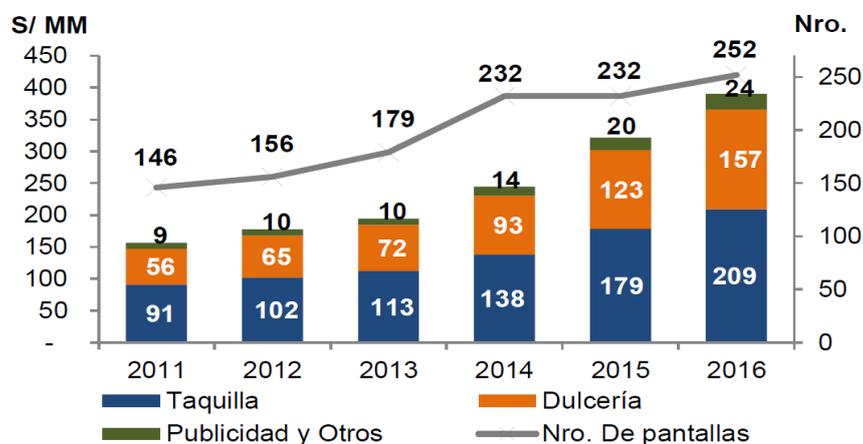


Figura 5 Evolución de las ventas totales y Nro. De pantallas Cineplanet

Fuente: Cineplex S.A.

Con referente al párrafo anterior podemos indicar que su incremento se puede deber gracias al incremento de nuevos complejos en otros departamentos, a los nuevos precios que ofrece cada complejo, a los precios especiales con promociones vigentes, a las promociones como clientes Premi o gracias a que ha sido capaz de alquilar las salas para realizar eventos especiales.

En términos de composición, un 53.7 % de los ingresos está compuesto por la taquilla, 40.2% por los ingresos de dulcería y el 6.1% por otros ingresos correspondientes a la distribución de películas e ingresos adicionales por publicidad y otros (55.5%, 38.3% y 6.1%, respectivamente, en el 2015). (Apoyo & Asociados, 2017)

Por lo cual podemos indicar que como principal ingreso se encuentra la exhibición de películas, pero hay que tener en cuenta que por derecho de exhibición en pago que realiza la empresa en alto por consiguiente se puede indicar que como segundo pilar y el ingreso más importante son las ventas dulcería lo cual ayudada a la empresa a generar mayores ingresos.

Respecto a la utilidad bruta de Cineplanet, ésta ascendió a S/ 132.6 millones en el 2016. Asimismo, el margen bruto pasó de 31.8 a 34.0%, al mismo tiempo, los ingresos aumentan considerablemente en comparación al año anterior y así mismo se muestra una reducción considerable en sus costos por concepto de alquiler de películas y gastos por arrendamiento y usufructo de inmuebles. (Apoyo & Asociados, 2017)

Lo que demuestra que la empresa supo cómo invertir todas sus ganancias dentro del periodo contable, además de ello nos indica que pudo enfrentar todos sus préstamos financieros además indica que la empresa ha crecido significativamente, a pesar de todos los problemas que ha tenido en el transcurso de los periodos.

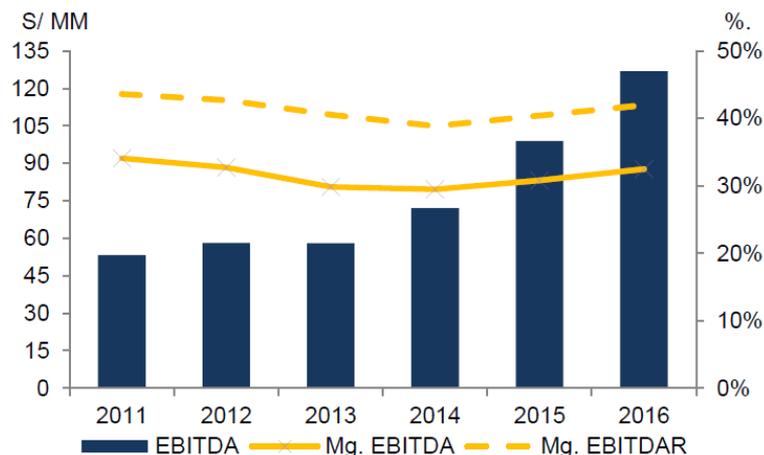


Figura 6 EBITDA y Mg. EBITDA Cineplanet

Fuente: Cineplex S.A.

Por otro lado, entre el 2008-2012, los gastos financieros anuales estuvieron en promedio en S/ 3.8 millones. En los últimos años éstos vinieron incrementándose producto del mayor nivel de endeudamiento de leasings y préstamos para financiar nuevos complejos. Al cierre del 2016 ascendieron a S/ 14.8 millones en lo cual la empresa debería tener cuada puesto a que mayor sea su endeudamiento será más difícil su recuperación a largo plazo. (Apoyo & Asociados, 2017)

Al tener en cuenta la disminución de sus gastos financieros en el transcurso de tiempo podemos indicar que la empresa ha tenido un adecuado nivel de cobertura. Así mismo se puede indicar que los gastos financieros no controlados de una manera correcta pueden ser perjudiciales.

Teniendo en consideración los resultados obtenidos podemos indicar que la empresa es rentable y es capaz de cubrir todo préstamo hasta la actualidad, a futuro va depender del manejo o de las decisiones que la gerencia a tomar.

Finalmente, la utilidad neta de la Compañía ascendió a S/ 63.7 millones, superior en 41.2% a lo registrado a diciembre 2015, producto principalmente del mayor resultado operativo previamente mencionado. (Apoyo & Asociados, 2017)

Por lo cual la compañía es capaz de enfrentar todos sus gastos, por otro lado, se recomendaría tener un plan de contingencia para así evaluar los gastos que se van a presentar a futuro, sin una adecuada cobertura de sus gastos financiero la empresa a un largo plazo puede llegar a quebrar.

2.2.2.3. Gastos Administrativos

Los Gastos administrativos se refiera aquellas actividades que son directamente relacionadas con la administración de la empresa las cuales no son sus actividades diarias, estas actividades van a depender del destino que se les dé, son aquellas actividades no se encuentran relacionadas con el giro principal de la empresa.

De acuerdo con Marin Cano (2015) los gastos administrativos son de esos conceptos que deberían estar en permanente revisión. El típico concepto de “overhead” (gastos generales) que las grandes organizaciones piensan y repiensen constantemente.

Estos Gastos administrativos tiene que ser correctamente evaluados para no cometer un gasto innecesario y de esta manera llevar un adecuado control sin necesidad de perjudicar a la empresa. Tener en cuenta que los gastos administrativos son necesarios para la empresa puesto que de ello depende el éxito de la ella, siempre y cuando estos gastos sean para maximizar la eficiencia de ella.

Por otro lado, en el ámbito empresarial, son pagos que la compañía necesita para funcionar, pero que no se relacionan con la actividad específica que realiza la empresa. Por lo tanto, los gastos administrativos no corresponden a ninguno de los costos económicos que hacen a la realización del producto que acaban por brindar, sino más bien a lo que diariamente se necesita para que la empresa pueda funcionar normalmente. (Enciclopedia de Ejemplos , 2017)

En las grandes empresas, los gastos de administración están manejados por departamentos específicamente preparados para esa función. Esto sucede porque las empresas son perfectamente conscientes de que muchas de las cuestiones indispensables para el funcionamiento normal de la empresa, como los recursos humanos o la comunicación entre los departamentos, se debe a la ejecución correcta de los gastos administrativos. (Enciclopedia de Ejemplos , 2017)

Es habitual que las empresas más pequeñas, confiando en su potencial de realización de la actividad principal por, sobre todo, subestimen la importancia de los gastos administrativos. Cuando existe un único o algunos pocos dueños, frecuentemente eligen afrontar ellos la realización de esos pagos, lo que luego en el ejercicio de la empresa les trae una sumatoria de complicaciones pues se vuelve más tedioso de lo que parece. (Enciclopedia de Ejemplos , 2017)

Teniendo en consideración todo lo anterior podemos indicar que los gastos administrativos son fijos ya que se encargan para la base de las ventas. Los gastos siempre van a existir independientemente del porcentaje de venta se realice. Por lo que los gastos siempre van a influenciar en las ventas de los productos primarios de una empresa.

Por ejemplo, los gastos administrativos son todas las remuneraciones de los gerentes, los alquileres, seguros contratados por la empresa, servicios básicos y compra de útiles para oficina, Además se van a considerar cualquier gasto que la empresa decida clasificar como gasto administrativo.

Por otro lado, tenemos que tener en cuenta que los gastos administrativos pueden ser reducidos o eliminados puesto que estos gastos son sujetos a presupuestos los cuales puede variar para no afectar a la producción principal y de esa manera lograr un equilibrio necesario.

2.2.2.4. Costos de ventas

Los costos de ventas es un punto muy importante para una empresa ya que de ello se puede ver si una empresa es capaz de cubrir sus necesidades y se capaz de ser rentable, en los costos de venta intervienen diferentes costos los cuales van a ser correctamente distribuidos para poder obtener un producto final de acuerdo al gusto del cliente

El costo o coste es el gasto económico que representa la fabricación de un producto o la prestación de un servicio. Al determinar el costo de producción, se puede establecer el precio de venta al público del bien en cuestión (el precio al público es la suma del costo más el beneficio que se va obtener). (Pérez Porto, 2008)

Entendemos por coste de un producto o servicio, el precio de adquisición de las materias primas y otros elementos que forman parte del producto. También hay que añadirle el gasto de las horas dedicadas por los operarios que han estado trabajando en el producto y una parte razonable de los costes de producción indirectamente relacionados como puede ser el sueldo del jefe. (Pino, 2015)

Los costos se van a determinar de acuerdo al producto que la empresa piensa ofrecer teniendo en cuenta que para la venta final se considera hasta el máximo costo o gasto invertido que se encuentre relacionado con la fabricación del producto o servicio final, además hay que tener en consideración todo lo invertido puesto que así se va poder determinar cuánto es a la ganancia por lo que se ha invertido en la fabricación de producto o servicio final.

Según Pino (2015) nos indica que para poder determinar correctamente los costos de venta es necesario conocer como clasificar los gastos los cuales se dividen en dos tipos:

- Los directos son los que puedo asignar directamente al producto sin duda alguna. (Pino, 2015)
- Los gastos indirectos son el resto de gastos que intervienen en la producción pero que son difíciles de asignar directamente al producto. (Pino, 2015)

De acuerdo con el párrafo anterior hay que indicar que es necesario saber cómo clasificar los gastos puesto que gracias a ello se puede determinar cuáles serían los gastos que considerarían directamente a la producción del bien final. Por ejemplo, el consumo de luz, agua, teléfono, trabajos realizados por otras empresas, alquileres, reparaciones, gestión, primas de seguros, servicios bancarios, publicidad, otros servicios, sueldos que no son de producción y entre otros que afecta directamente a la producción pero que no son considerados estos gastos se pueden tener en cuenta principalmente puesto que son necesarios para la producción final aunque no intervengan directamente con su producción afecta a ella significativamente a ella

Según el estudio realizado por Apoyo & Asociados (2017) nos indica que los principales componentes del costo que influyen a la empresa Cineplex son:

Alquiler de películas: Es un componente de la empresa Cineplex que se constituye como principal elemento y consiste en el alquiler de la sala para los espacios publicitarios al comienzo de las películas, además, de ello para eventos especiales. Del cual su ganancia es un porcentaje mínimo puesto que tiene que cubrir otros impuestos que con lleva la exhibición de la película. Cineplanet no cuenta con un contrato formal con los distribuidores y las condiciones pueden variar dependiendo del tipo de película y la semana de exhibición en que se encuentre. Este alquiler se reduce a medida que transcurren semanas desde la fecha de estreno variando en un rango de 60 al 35%. Este costo representó alrededor del 37% del costo de ventas total en el 2016. (Apoyo & Asociados, 2017)

Podemos indicar que el alquiler de películas para empresa gira en un 60% a 35% lo cual le deja a la empresa con un margen de ganancia mínimo por película que exponen, tenemos que tener en cuenta que los costos del alquiler de las películas y los impuestos que se pagan por la exhibición se cubre en su totalidad por las mismas ventas de entradas.

Gasto por Alquileres y Usufructo de locales: Es su segundo componente de la empresa Cineplex el cual representa alrededor del 14% del costo de ventas total del año 2016. La Compañía no tiene locales propios, sus locales es su mayoría son alquilados y los contratos de alquiler varían entre 10 y 30 años. El costo de alquiler está representado por en una renta mínima fija o por el porcentaje de las ventas que la empresa realiza. Por lo que la empresa a formar estrategias las cuales puedan atraer al público para que de esta forma puedan generar los ingresos necesarios para cubrir estos costos y poder mantener se en el mercado competitivo. (Apoyo & Asociados, 2017)

Se puede indicar que gracias a sus alianzas con los centros relacionados al Grupo intercorp e ha permitido mantenerse en competencia, además de ello la empresa a opta en realizar alianza con empresas que no están relacionadas con el Grupo Intercor lo cual le permitiendo extenderse y seguir posicionándose en el mercado peruano y demostrando que es una de las mejores cadenas de cine.

Teniendo en cuenta que la empresa no cuenta con locales propios podemos indicar que gracias a sus diferentes alianzas la empresa supo cómo cubrir esa debilidad y convertirá en una fortaleza la cual sabe cómo explotar, tenemos que tener en cuenta que los alquiler de los locales no afectan a la empresa de manera considerable, podemos indicar que se realizó una buena toma de decisiones al tomar en considerando el alquiler de locas puesto que si fuera propio el mantenimiento de la infraestructura le saldría muy caro, en este caso como la infraestructura es alquila la empresa solo se encarga de realizar revisiones las cuales evalúan el estado de la construcción dando así una seguridad tanto a sus cliente a la empresa misma ya que ellos cumplen un compromiso con su público objetivo.

2.2.3. Rentabilidad

2.2.3.1. Concepto

La rentabilidad se encarga de medir que tan capaz es la empresa, de ver si tiene algún riesgo en su entorno, es decir, se encarga de brindar opciones oportunas o capaces que ayudarán a la empresa en la toma de decisiones, para así fijar metas oportunas, las cuales no solo ayudarán a la empresa, si también favorecerán a los socios. Además de ello la rentabilidad se encargará de medir los recursos.

La rentabilidad entonces, se encarga de realiza la medición de la eficiencia del uso de los recursos financieros que posee una empresa. Es decir, que evita el desperdicio de recursos en forma innecesaria.

Al hablar de rentabilidad nos referimos como la empresa logra salir adelante y demuestra cómo organizar sus recursos apropiadamente obteniendo resultados óptimos para la empresa y así logrando una satisfacción la cual le permite generara atlas utilidades lo cual le permite seguir fortaleciéndose.

De acuerdo con la Tesis de Medina Ramirez & Mauricci Gil (2014): “el concepto de rentabilidad ha ido cambiando con el tiempo y ha sido usado de distintas formas, siendo éste uno de los indicadores más relevantes para medir el éxito de un negocio, ya que una rentabilidad sostenida, conlleva al fortalecimiento de las unidades económicas y el progreso de empresa.”

Entonces, podemos señalar que el concepto de rentabilidad no sólo es producir ingresos a la empresa que desarrolle una determinada actividad económica, sino también ser capaz de gestionar estos recursos obtenidos y distribuirlos de una manera que sea beneficioso para la empresa y así lograr que esta se posicione como una de las mejores en el mercado demostrando sus estrategias.

En el desempeño empresarial, las empresas utilizan recursos financieros para obtener beneficios que los ayudan a mejorar. Corresponde entonces, hacer referencia de cuáles son estos recursos, los mismos que son: El capital que aportan los accionistas para beneficio de la empresa y la deuda que se obtiene a través de terceros. A esto, se le añade también las reservas o beneficios que ha obtenido la empresa en ejercicios anteriores con el objeto de crecer y financiarse por sí misma. (Universidad Carlos III de Madrid, 2008)

En el supuesto en donde una empresa ha utilizado recursos financieros elevados obteniendo beneficios pequeños, se concluirá que se ha “desperdiciado” dichos recursos, ya que es un claro ejemplo de la inversión de gran cantidad de recursos versus la obtención de pocos beneficios. Empero, en otro supuesto en donde la empresa ha utilizado pocos recursos y obtiene beneficios altos, concluiremos que se ha “aprovechado” correctamente y/o adecuadamente los recursos, por cuanto se ha obtenido ganancias favorables. Por ejemplo, una empresa de zapatos pequeña que tiene pocos recursos y está muy bien organizada y obtiene beneficios positivos, nos indica que un adecuado control proporciona resultados óptimos. (Universidad Carlos III de Madrid, 2008)

Por consiguiente, hay diferentes formas de medir rentabilidad, pero la mayoría los autores coinciden que la forma correcta es:

$$\text{Rentabilidad} = \text{Beneficio} / \text{Recursos Financieros}$$

Se debe tener en consideración que los recursos bien distribuidos benefician a la empresa dándole así oportunidades de mantenerse el mercado, cabe señalar que si una inversión es mínima y si genera buenas ganancias es correcto no siempre al invertir en mayores proporciones va generar ganancias para una empresa si estos recursos no son invertidos con un plan estratégico llegan a perjudicarla.

Por lo tanto, si una empresa no gestiona sus recursos de una manera adecuada se generará un contexto en el que estos beneficios se convertirán a largo plazo en pérdidas logrando así que la empresa quiebre, situación que se podría prevenir en caso se realice una buena gestión en el uso sus recursos.

Ante la pregunta de si ¿Podríamos utilizar simplemente el beneficio como medida de rentabilidad? La respuesta es que: “No se puede, puesto que una empresa puede aparentar un beneficio alto pero si esta no sabe gestionar de una manera correcta este recurso, no podremos decir nada acerca de su eficiencia”. (Universidad Carlos III de Madrid, 2008)

Con respecto al párrafo anterior, la rentabilidad no se puede medir solo con sus beneficios, hay diferentes maneras de medir la rentabilidad lo cual puede ser beneficio para la empresa, para así ver si la es capaces de generar utilidades las cuales sean satisfactorias para los socios, es necesario realizar evaluación continua para poder ver el desempeño que esta realiza y así poder tomar decisiones oportunas las cuales sea beneficiosa para la empresa.

2.2.3.2. Importancia de la Rentabilidad

La rentabilidad es importante porque ayuda a la empresa, sea cual sea su giro, gestionar sus ingresos y el destino de la inversión de los mismos dentro de un proceso de toma de decisiones, ya sea a un corto o largo plazo a fin de mejorar los servicios que brinda a la comunidad.

Diferentes definiciones indican que la importancia de la rentabilidad viene determinándose por diferentes los objetivos que una empresa se plantea, es por ello que una definición exacta sobre la importancia de la rentabilidad es variada, ya que tener en consideración que lo que una empresa busca es la seguridad de que está invirtiendo de manera correcta y que las decisiones que está tomando la están ayudando a mejorar como entidad

Asimismo, gracias a la rentabilidad se podrá evaluar los riesgos que ocasiona al no llevar un adecuado control de sus ingresos sin tener en consideración todos los gastos y costos los cuales pueden afectar a la empresa, es decir, si una empresa tiene un plan de contingencia en el cual se puede ver como se está llevando todos los recursos y como se están invirtiendo esto podría ayudarla a mejorar su rentabilidad.

Por consiguiente, la rentabilidad debe ser capaz de obtenerse por medio de plan el cual ayude a la empresa a mantener un control y una gestión adecuada la cual le permita beneficiar a sus socios y le permita ser objetivo en el momento de la toma de decisiones la rentabilidad es un factor que influye directamente en la empresa el cual trata de medir que tan rentable es, es por ello que la rentabilidad es de suma importancia puesto que una adecuada gestión se puede lograr una rentabilidad excelente.

2.2.3.3. Indicadores de Rentabilidad

Los indicadores de rentabilidad son aquellos que le permiten a la empresa saber en qué estado se encuentra y brindar de forma oportuna una solución la cual ayude a la empresa tener en consideración para así tomar decisiones oportunas las cuales logren beneficiar a la empresa.

Conforme con Instituto Nacional de estadística e informática (2008) nos indica que los indicadores de rentabilidad, sirven para medir la efectividad de la administración de la empresa para controlar los costos y gastos y, de esta manera, convertir las ventas en utilidades y así generar ganancia para la empresa.

Por otro lado, es necesario saber si la empresa es capaz de sostenerse por sí sola y saber si es capaz de regresar toda la inversión a los socios.

a) Rentabilidad Sobre las Ventas (ROS) o margen sobre ventas

Conforme con el Instituto Nacional de estadística e informática (2008) nos indica que mide la utilidad obtenida en un año con respecto a las ventas netas efectuadas en el mismo periodo. También se le conoce como margen sobre ventas o índice de productividad. La definición operativa del indicador es:

$$\text{Margen sobre Ventas} = \frac{\text{Resultado del Ejercicio}}{\text{Ventas Netas}} \times 100$$

Es decir que el margen sobre Ventas, nos indica cuanto la empresa gana en un periodo determinado demostrando si la empresa es rentable o no. Viendo además si es capaz de cubrir todos los problemas futuros y desarrollando estrategias las cuales puedan facilitar su correcto uso.

b) Margen de utilidad Bruta

Conforme con el Instituto Nacional de estadística e informática (2008) nos indica que esta ratio sirve de referencia para establecer la eficacia operativa de la empresa y a su vez puede utilizarse para fijar el precio de los productos. La definición operativa del indicador es:

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

Por otro lado, este ratio nos permite determinar los precios del producto lo cual nos da una ventaja hacia nuestros competidores, además nos da conocer la capacidad de eficiencia que tiene la empresa en el momento de la producción. Asimismo, mide el porcentaje aproximado del ingreso que permite cubrir todos los gastos y costos que se invierten en la producción.

c) Margen de utilidad en Operaciones

Conforme con el Instituto Nacional de estadística e informática (2008) nos indica que mide si la empresa está generando suficiente utilidad para cubrir sus costos de financiamiento. La definición operativa del indicador es:

$$\text{Margen de Utilidad en Operaciones} = \frac{\text{Utilidad de Operación}}{\text{Ventas Netas}} \times 100$$

Nos muestra si la empresa es capaz de cubrir todos financiamientos obtenidos en el transcurso del periodo contable, además, trata de ver si la empresa es capaz de cubrir todas sus deudas contraídas con terceros dándole así más facilidad de financiamientos. Es ratio nos da un margen en el cual nos permite realizar planes de financiamientos los cuales va a ayudar a futuros proyectos que beneficien a la empresa.

d) Margen de Beneficio

Conforme con el Instituto Nacional de estadística e informática (2008) nos indica que este indicador refleja la productividad de las ventas para generar beneficios. Cuanto mayor valor tenga este indicador, la empresa tendrá mayor rentabilidad económica. La definición operativa del indicador:

$$\text{Margen de Beneficio} = \frac{\text{Resultado de Explotación}}{\text{Ventas Netas}} \times 100$$

Nos muestra que tan rentable puede llegar a ser la empresa, sin tener en cuenta todos los impuestos a pagar es decir calcula los beneficios de la productividad reflejando las ventas que se generan dando así un mayor beneficio el cual ayude a ver los márgenes de producción y resalte los beneficios que se lograron obtener.

e) Rentabilidad Económica

Conforme con el Instituto Nacional de estadística e informática (2008) nos indica que la Rentabilidad económica es un indicador importante para juzgar la eficiencia en la gestión empresarial. Se le conoce como ROI (Return On Investment). La definición operativa del indicador es de:

$$\text{Rentabilidad Económica} = \frac{\text{Resultado del Explotación}}{\text{Total Activo}} \times 100$$

Es decir que la rentabilidad económica es el beneficio que obtiene la empresa antes de reducir todo los gastos, intereses e impuestos que se puedan presentar. Además, mide la capacidad de producción teniendo en cuenta que no se considera de donde se obtienen los fondos para la producción siempre y cuando se logre llegar a las metas propuestas de la empresa.

f) Rentabilidad sobre el Activo (ROA)

De acuerdo con el Instituto Nacional de estadística e informática (2008) nos indica que utilizar la utilidad operacional para el cálculo de ROA (Return On Assets), proporciona una idea de la eficiencia con que se están aprovechando los recursos para generar un volumen de utilidades que sea suficiente para cubrir el costo de los pasivos y dejar un remanente a los socios que sea atractivo. La definición operativa del indicador es:

$$\text{Rentabilidad Sobre Activos} = \frac{\text{Utilidad de Operación}}{\text{Total Activo}} \times 100$$

El ROA trata de medir los activos de la empresa, es decir nos indica que tan rentable son los activos en relación al número de activos que posee la empresa. Es ratio permite realizar comparaciones útiles entre diferentes empresas, las cuales le permiten saber que tan rentables han sido en ese periodo.

g) Rentabilidad Financiera o del patrimonio (ROE)

De acuerdo con el Instituto Nacional de estadística e informática (2008) nos dice que muestra el beneficio neto generado en relación con la inversión que ha efectuado los propietarios de la empresa. Se le denomina ROE (Return On Equity). La definición operativa del indicador es:

$$ROE = \frac{\text{Resultado del Ejercicio}}{\text{Total de Patrimonio}} \times 100$$

La rentabilidad del patrimonio nos va indicar el desenvolvimiento neto de las ganancias, es decir toda la inversión que el socio ha realizado para empresa parar ver cuán eficientes son al momento de invertir en la empresa. Por otro lado, el ROE le permite ver a los accionistas cuanto es lo que han ganado y les proporciona a los accionistas nuevas oportunidades de inversión.

2.2.3.4. Estado financieros

Los estados financieros son la realidad de una empresa los cuales ayudan a ver su situación. Son también, son un instrumento empresarial de gran utilidad e importancia para las empresas que realizan actividades de inversión de capital para la venta o producción de bienes o prestación de servicios, que sirve para identificar la situación financiera de la empresa y para ayudar a la toma de decisiones.

Con forme con Stevens (2017) nos indica que el estado financiero es una relación de cifras monetarias, que se relación con el funcionamiento de un negocio o empresa y se presentan mediante un orden determinado para así lograr ver la realidad de la empresa.

Además, los estados financieros tienen como objetivo brindar información sobre la situación de empresa, dando así a la empresa una oportunidad de tomar decisiones correctas y/o oportunas que ayuden a dar una dirección adecuada.

Se debe tener en consideración que los estados financieros se pueden utilizar no solo para ver cómo va la empresa, también son considerados para propósitos comerciales los cuales son de suma importancia para la entidad, es decir le sirve para la presentación en financiamiento bancario en el cual la empresa podría acceder o para tramites específicos

Hay que tener en cuenta la información que brindan los Estados Financieros, debe de cumplir con tres características primordiales: confiabilidad, equidad y comprensibilidad. Las cuales ayudaran a correcta elaboración y presentación dando si confianza al momento de la entrega de los estados financieros (Stevens, 2017)

Estas características van a permitir que los estados financieros sean confiables y exactos permitiendo a la empresa saber en el estado que se encuentran y si las decisiones que van a tomar son las correctas y oportunas para la empresa, teniendo en consideración que los estados financieros revelan información pertinente la cual ayuda a evaluar su funcionalidad.

Conforme con el sitio web Enciclopedia Financiera (s.f.) nos indica que por lo general incluyen cuatro estados financieros básicos, acompañados de una explicación y análisis los cuales ayudaran a la empresa a ver la situación que se encuentra:

- Balance de Situación
- Estado de Resultados
- Estado de Cambios en el Patrimonio Neto
- Estado de flujos de efectivo
- Notas de los Estados Financieros

Estos Estados Financieros van a revelar a la empresa como se encuentra actualmente normal mente los estados financieros son presentados de forma semestral, trimestral o anual, esta presentación va depender de la empresa, puesto que de esto nos da a conocer la realidad del funcionamiento dándonos a conocer si la empresa es rentable y si está generando ganancias las cuales ayuden a la empresa a mejorar día con día.

Por consiguiente, los estados financieros tienen que ser presentados oportunamente para su correcta evaluación además tiene que estar acompañados de notas las cuales explique correctamente los puntos más resaltantes, es decir los puntos que han podido afectar a la empresa o los que se pueden lograr mejorar.

2.3. Definición de términos básicos.

a) Administración

Es la ciencia, técnica o arte que, por medio de los recursos humanos, materiales y técnicos, pretende lograr mejorar los objetivos mediante el menor esfuerzo para así lograr una mayor utilidad. (Stoner, Freeman, & Gilbert, 1996)

La administración es entonces una ciencia que busca generar una mayor utilidad de una unidad empresarial o institucional con respecto al uso de los recursos humanos, materiales y técnicos.

b) Administración financiera

Es una disciplina que mejora los recursos financieros para lograr los objetivos de la organización con mayor eficiencia y rentabilidad. (ROMAN, 2012)

Basándonos en el concepto anterior, la administración sirve como medio para la consecución de los objetivos de una empresa respecto al empleo de los recursos que posea esta entidad.

c) Costos de Venta

Es el gasto o el costo de producir de todos los artículos vendidos durante un período contable. Cada unidad vendida tiene un costo de ventas o costo de los bienes vendidos. (Enciclopedia Financiera, s.f.)

Toda empresa realiza gastos por la venta o por la producción con la actividad diaria que realiza, en ese sentido, se necesita de una adecuada gestión empresarial que fomente que la empresa realice estos gastos sin generar desestabilidad o la pérdida de estos recursos.

d) EBITAD

Determina la utilidad obtenida por una empresa o un proyecto, sin tener en cuenta los gastos financieros, los impuestos y demás gastos contables que no implican la salida de efectivo, como las depreciaciones y las amortizaciones. (Dussan Pulecio, 2012)

e) Estados Financieros:

Los estados financieros son documentos o informes que permiten conocer la situación financiera de una empresa, los recursos con los que cuenta, los resultados que ha obtenido, la rentabilidad que ha generado. (CreceNegocios, 2012)

f) Finanzas:

Actividad en las operaciones que le permiten a una empresa su desarrollo y crecimiento equilibrado. Arte y ciencia de la administración del dinero que afecta la vida de las personas y de los entes. (Greco, 2008)

Es una ciencia que determina la estabilidad económica de una empresa.

g) Gastos Administrativos:

Se denominan gastos de administración a aquellos contraídos en el control y la dirección de una organización, pero no directamente identificables con la financiación, la comercialización, o las operaciones de producción. (Enciclopedia Financiera, s.f.)

Fuera del giro de una empresa, se realizan un sinnúmero de gastos denominados gastos administrativos.

h) Gastos Financieros:

Aquellos en los que incurre un sujeto económico para la obtención, uso o devolución de capitales financieros puestos a su disposición por terceras personas. Todos aquellos gastos originados como consecuencia de financiarse una empresa con recursos ajenos. (Economía48, s.f)

i) Gastos Ventas:

Son los relacionados con la preparación y almacenamiento de los artículos para la Venta, la promoción de ventas, los Gastos en que se incurre al realizar las ventas y, si no se tiene un departamento de reparto, también los Gastos por este concepto. (Eco-finanzas, s.f.)

j) Gestión Administrativa

Es la habilidad de utilizar los recursos disponibles para lograr las metas u objetivos de la empresa. Los principios para gestionar de forma efectiva un negocio son: planeación, organización, dirección y control. (Tigo business, 2017)

k) Indicadores de Rentabilidad:

Los indicadores de rentabilidad son aquellos índices financieros que sirven para medir la efectividad de la administración de la empresa, para controlar los costos y gastos y, de esta manera, convertir ventas en utilidades. (Entrepreneur, 2010)

l) Ingresos

Entrada bruta de beneficios económicos, durante el período, surgidos en el curso de las actividades ordinarias de una empresa, además, del producido en virtud de la actividad principal de la empresa sin considerar su percepción. (Greco, 2008)

m) Margen de EBITDA

Este un indicador de desempeño operacional el cual permite ver la eficiencia de los ingresos por ventas generados. (Dussan Pulecio, 2012)

n) Rentabilidad:

La rentabilidad, por lo tanto, está asociada a la obtención de ganancias a partir de una cierta inversión. Lo habitual es que la rentabilidad haga referencia a las ganancias económicas que se obtienen mediante la utilización de determinados recursos. (Pérez & Gardey, 2015)

o) Utilidad antes de Impuestos

Es aquella utilidad depurada de todo concepto operativo y financiero, a la que sólo le falta la aplicación de los impuestos para proceder a ser distribuida. (Gerencie.com, s.f.)

p) Utilidad Neta:

Es la ganancia que se obtiene después de realizar los descuentos correspondientes. Se trata de la utilidad concreta, que el sujeto o la empresa recibe en mano. (Perez & Merino, 2014)

2.4. Sistema de hipótesis.

2.4.1. Hipótesis General

Ho: “Los ingresos no influyen directa ni significativamente en la rentabilidad de la empresa Cineplex S.A.”

H1: “Los ingresos influyen directa y significativamente en la rentabilidad de la empresa Cineplex S.A.”

2.4.2. Hipótesis Específicas

2.4.2.1. Hipótesis específica gastos financieros y administrativos en la utilidad neta

Ho: “Los gastos Financieros y administrativos no influyen significativamente en la utilidad neta de la empresa Cineplex S.A.”

H1: “Los gastos financieros y administrativos influyen significativamente en la utilidad neta de la empresa Cineplex S.A.”

2.4.2.2. Hipótesis específica costo de ventas y rentabilidad

Ho: “Los costos de ventas no influye significativamente en la rentabilidad de la empresa Cineplex S.A.”

H1: “Los costos de ventas influyen significativamente en la rentabilidad de la empresa Cineplex S.A.”

2.5. Sistema de variables

2.5.1. Ingresos

2.5.1.1. Definición Conceptual

Son los incrementos en los beneficios económicos, producidos a lo largo del periodo contable, en forma de entradas o incrementos de valor de los activos, o bien como decrementos de las obligaciones, que dan como resultado aumentos del patrimonio neto, y no están relacionados con las aportaciones de los propietarios a este patrimonio. (Baiza de Martinez, Vigil Vasquez, & Pérez Sánchez, 2014)

2.5.1.2. Definición Operacional

Se refieren a los ingresos monetarios que, generada como consecuencia de realizar un servicio o venta de un artículo, el cual implica el aumento del patrimonio empresarial, teniendo en cuenta que este incremento no debe ser por aportación de los socios si no por las ganancias obtenidas por el giro de la empresa.

2.5.2. Gastos Financieros

2.5.2.1. Definición Conceptual

Gastos incurridos por la empresa en la obtención de recursos financieros y que están representados por los intereses y primas sobre pagarés, bonos, debentures, etc. emitidos por la empresa. (Empresa Informativa Diccionario Contable, 2007)

2.5.2.2. Definición Operacional

Son las deudas que posee la empresa, es decir, los intereses que se pagan a los bancos o con terceros por la obtención de un préstamo u otros servicios adquiridos en el camino, los gastos financieros son aquellos que afectan directamente en la rentabilidad de la empresa.

2.5.3. Gastos Administrativos

2.5.3.1. Definición Conceptual

Consiste en salarios de empleado, costos de arriendo, gastos de servicios públicos y material de oficina. (Saint, 2013)

2.5.3.2. Definición Operacional

Se refiere a aquellas actividades que son directamente relacionadas con la administración de una determinada. Estos gastos administrativos pueden llegar a influenciar en la administración de la empresa y también en la producción, pero hay que tener en cuenta que es necesario clasificarlo para un mejor orden de los recursos a usar.

2.5.4. Costos de Ventas

2.5.4.1. Definición Conceptual

Es el gasto o el costo de producir de todos los artículos vendidos durante un período contable. Cada unidad vendida tiene un costo de ventas o costo de los bienes vendidos. (Enciclopedia Financiera, s.f.)

2.5.4.2. Definición Operacional

Son aquellos costos que incurren para la comercialización del bien o el servicio, es decir el valor total para la producción o comprar de un bien o servicio.

2.5.5. Rentabilidad

2.5.5.1. Definición Conceptual

Es la Capacidad de rentar o calidad de rentable de un capital o de una estructura productiva y comercial. (Greco, 2008)

2.5.5.2. Definición Operacional

Son aquellas que se relacionan en entre la ganancia y la inversión, se encarga de medir la realidad de la empresa, demostrado a través de las ganancias obtenidas de sus ventas y utilización de sus inversiones.

2.5.6. Rentabilidad sobre le Activo (ROA)

2.5.6.1. Definición Conceptual

Consiste en la relación entre el beneficio obtenido en un determinado período y los activos globales de una empresa. Su importancia radica en que permite medir el grado de eficiencia de los activos totales de una empresa, independientemente de las fuentes de financiación que haya utilizado, y de la carga fiscal del país en el que ésta desarrolla su actividad principal (Alonso Martan, s.f.)

2.5.6.2. Definición Operacional

Es aquel ratio encargado de calcular la capacidad de generar ganancias para la empresa y de ese modo permite estimar si la empresa es rentable, es decir se encarga de ver cuán eficiente son sus activos y ver si es capaz de mantenerse.

2.5.7. Rentabilidad del Patrimonio (ROE)

2.5.7.1. Definición Conceptual

Es un ratio de eficiencia utilizado para evaluar la capacidad de generar beneficios de una empresa a partir de la inversión realizada por los accionistas. Se obtiene dividiendo el beneficio neto de la empresa entre su patrimonio neto. (Antonio, 2016)

2.5.7.2. Definición Operacional

Se encarga del determinar el crecimiento de las ganancias de una empresa, es decir que mide la competencia de la empresa para generar ganancias a favor de los accionistas.

2.5.8. Utilidad Neta

2.5.8.1. Definición Conceptual

Es la ganancia que se obtiene después de realizar los descuentos correspondientes. Se trata de la utilidad concreta, que el sujeto o la empresa recibe en mano. (Perez & Merino, 2014)

2.5.8.2. Definición Operacional

Se refiere a la ganancia final en la cual se reducen los costos y gastos relacionados con el producto o servicio, es decir el saldo final después del impuesto el cual es entregado directamente a los socios.

CAPÍTULO III METODOLOGÍA

3.1. Tipo de investigación.

El tipo de investigación a realizar es la **investigación básica o fundamental**, puesto que busca obtener, reunir y ampliar el conocimiento teórico del tema en investigación.

3.2. Diseño de investigación.

El diseño de investigación es longitudinal, retrospectivo y no experimental debido a que realizara un análisis de los datos un lapso de tiempo determinado.

3.3. Población y muestra.

3.3.1. Población

Nuestra población se encuentra constituida por los estados financieros de la empresa CINEPLEX S.A desde el periodo 2000 – 2017.

3.3.2. Muestra

Se trabajará con toda la población es decir con todos los datos que forman parte de los Estados Financieros de los periodos trimestrales del 2014 – 2017.

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.

Para el presente trabajo de investigación se tomó en consideración información secundaria, proveniente de la superintendencia de mercado de valor, así como la información de la Bolsa de valores de Lima, entre otros.

3.5. Técnicas de procesamiento de datos.

Para el proceso de datos y la sistematización de la información se utilizará modelos de regresión, dada la escala ratio de nuestras variables (métrica) que corresponden a las series de tiempo utilizadas. Así mismo, se ha calculado la prueba “t” de student a través de la cual se ha evaluado el nivel de significancia de cada una de las relaciones de variables utilizadas en el presente estudio. Asimismo, las pruebas estadísticas se utilizarán para la validación de las hipótesis planteadas en el estudio estarán en función de las escalas de los instrumentos a utilizar. El software a utilizar será el Eviews versión 9.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Tratamiento Estadístico e interpretación de cuadros

- a) En el procesamiento y análisis de la información obtenida en el análisis documental, se utilizó el software estadístico Eviews versión 9, utilizando el modelo de regresión, dada la escala ratio de nuestras variables (métrica) que corresponden a las series de tiempo utilizadas, además se utiliza el programa de Microsoft Excel 2016.
- b) Se utilizó una fuente de datos secundarios, estos datos se localizados rápidamente y sin costo. Las fuentes a considerar en el desarrollo de la investigación son los estados financieros de Superintendencia de Mercado de Valores y Bolsa de Valore de Lima.
- c) Se realizó el análisis e interpretación de cada figura, que representa a cada uno de los indicadores.
- d) En la comprobación de las hipótesis, se utilizó el análisis de regresión lineal.

4.2. Presentación de resultados.

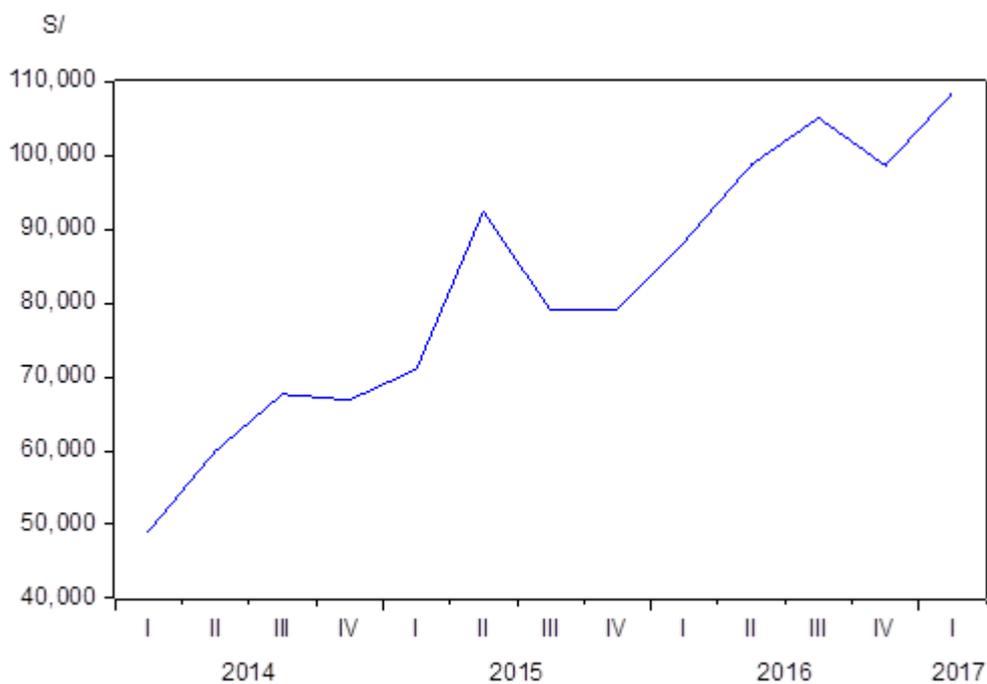


Figura 7 Ingresos en Miles de Nuevos Soles

Fuente: Elaboración Propia

En la Figura 7, se muestra la evolución del ingreso de la empresa Cineplex. En donde se evidencia que existe una tendencia de alza en los trimestres II 2015, III 2016 y I 2017, lo cual nos indica que en estos periodos de tiempo la empresa tuvo la concurrencia de más clientes, lo cual se debería a las películas que se estrenan, respecto a los altibajos en algunos trimestres, esto podría ser consecuencia de la competencia, los precios o la decisión de empresa de invertir en proyectos que la beneficien.

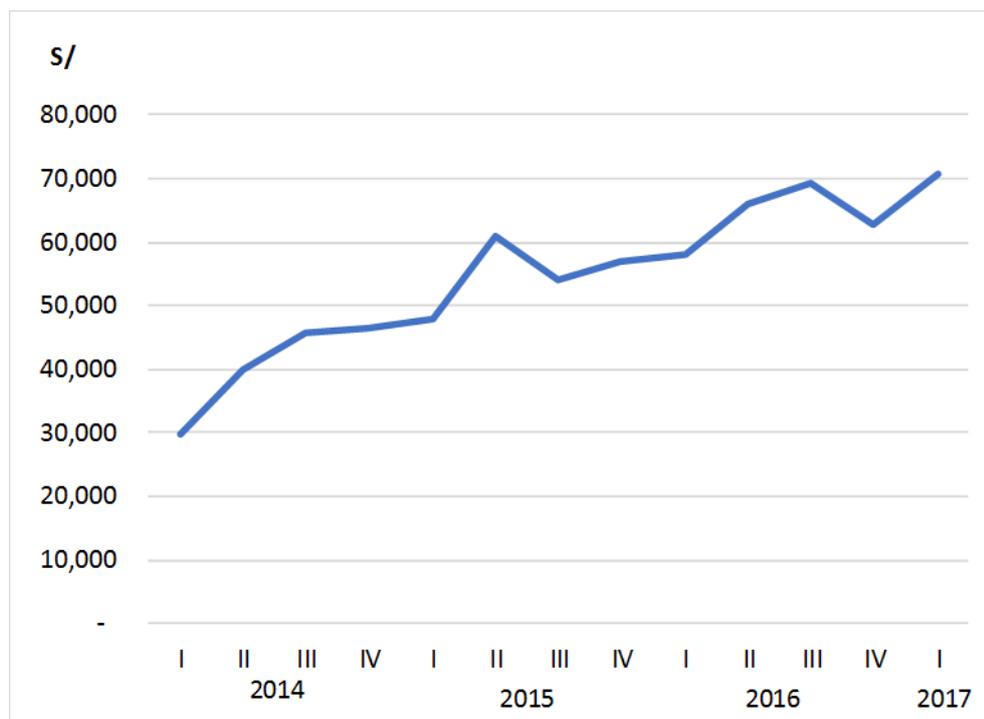


Figura 8 Costo de Venta en Miles de Nuevos Soles

Fuente: Elaboración Propia

En la figura 8, nos muestra la evolución del costo de Venta, en cual podemos darnos cuenta los trimestres I 2017, III 2016 y II 2015 sus costos fueron elevados lo cual se puede deber a que la empresa no tiene un control adecuado de sus compras de insumos, al marketing y otros aspectos que puedes influir directamente con los costos. Teniendo en cuenta es recomendable que la empresa reduzca los costos.

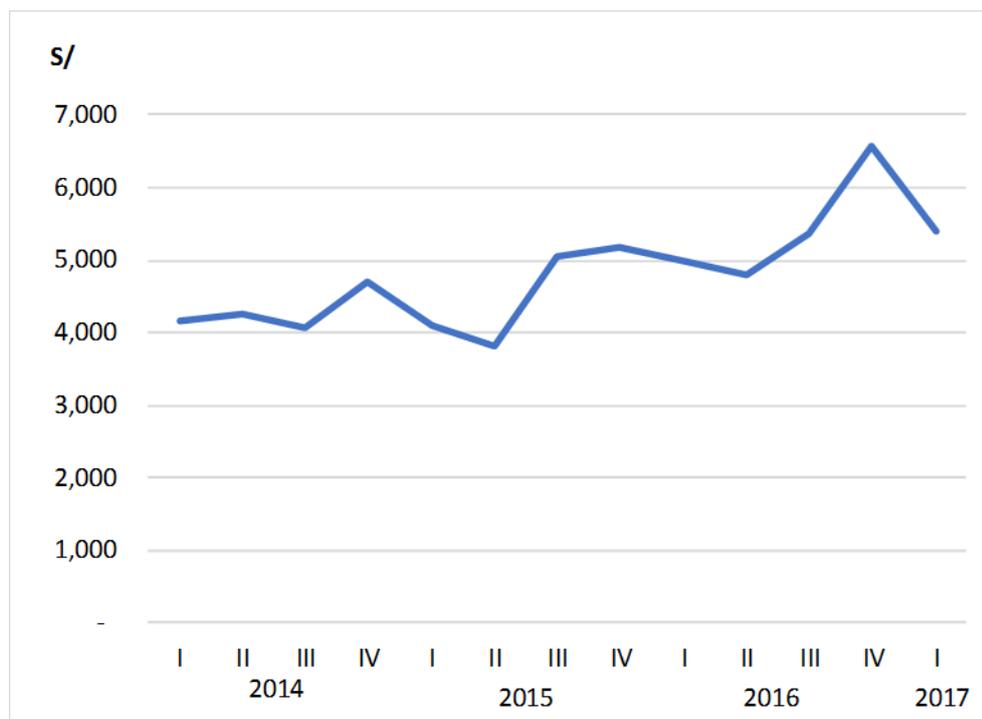


Figura 9 Gastos Administración en Miles de Nuevos Soles

Fuente: Elaboración Propia

Como se puede apreciar en la figura 9, los gastos administrativos en los trimestres I 2017, IV y III 2016 son elevados lo cual se puede deber al incremento de personal u otros gastos relacionados son la administración de la empresa.

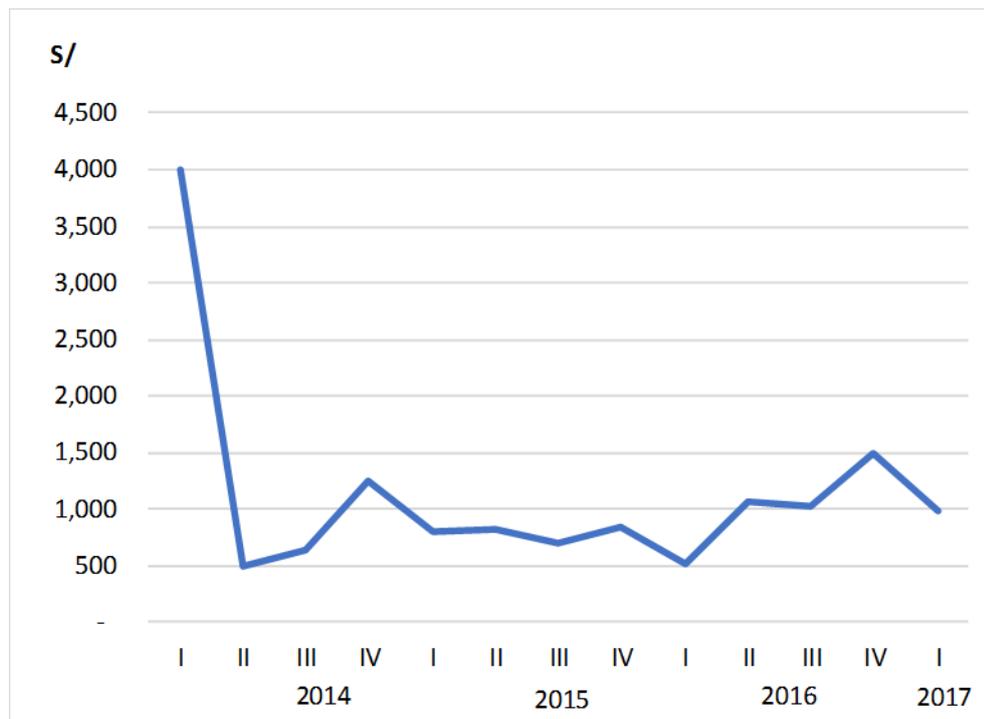


Figura 10 Gasto de Venta en Miles de Nuevos Soles

Fuente: Elaboración Propia

Como se puede apreciar en la figura 10, nos muestra la evolución de los gastos de ventas de la empresa en la cual podemos observar como en trimestre I 2014 sus gastos de ventas fueron muy elevados, del mismo modo en los trimestres IV 2014 y IV 2016 fueron elevados en comparación con otros trimestres en los cuales sus gastos fueron bajos.

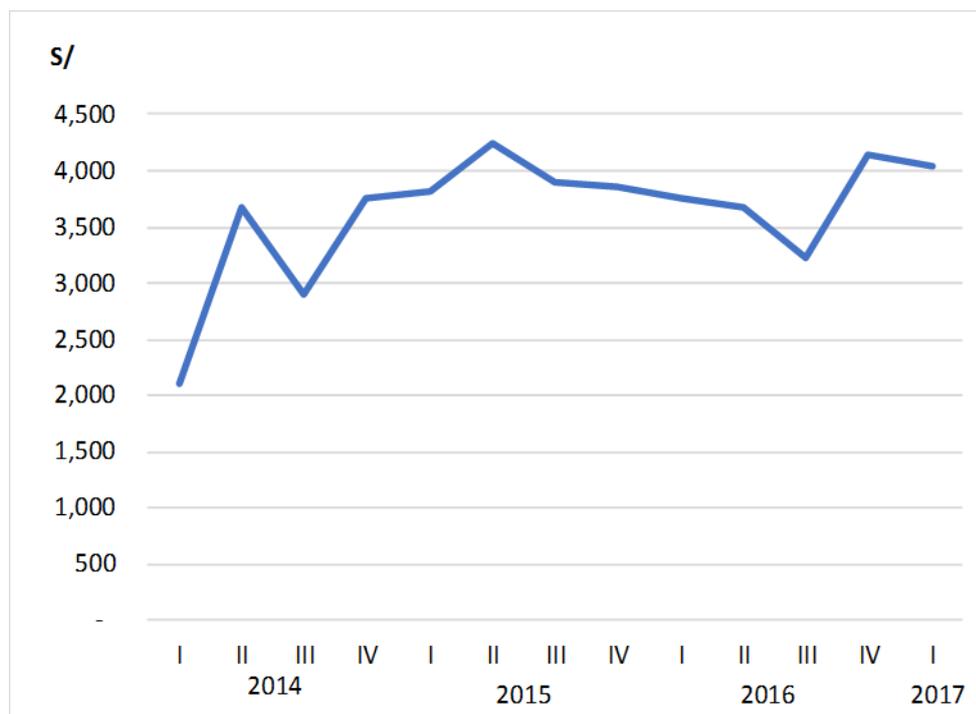


Figura 11 Gastos Financieros en Miles de Nuevos Soles

Fuente: Elaboración Propia

En la figura 11 apreciamos la evolución de los gastos financieros aumentó considerablemente en los trimestres II 2015, IV 2016 y I 2017 lo cual se debe a los préstamos obtenidos a beneficio de la empresa, además observamos como en trimestre I 2014 fue baja lo cual se puede deber que la empresa no necesitaba demasiado financiamiento de tercero o que la empresa termino de cancelar obligaciones anteriores.

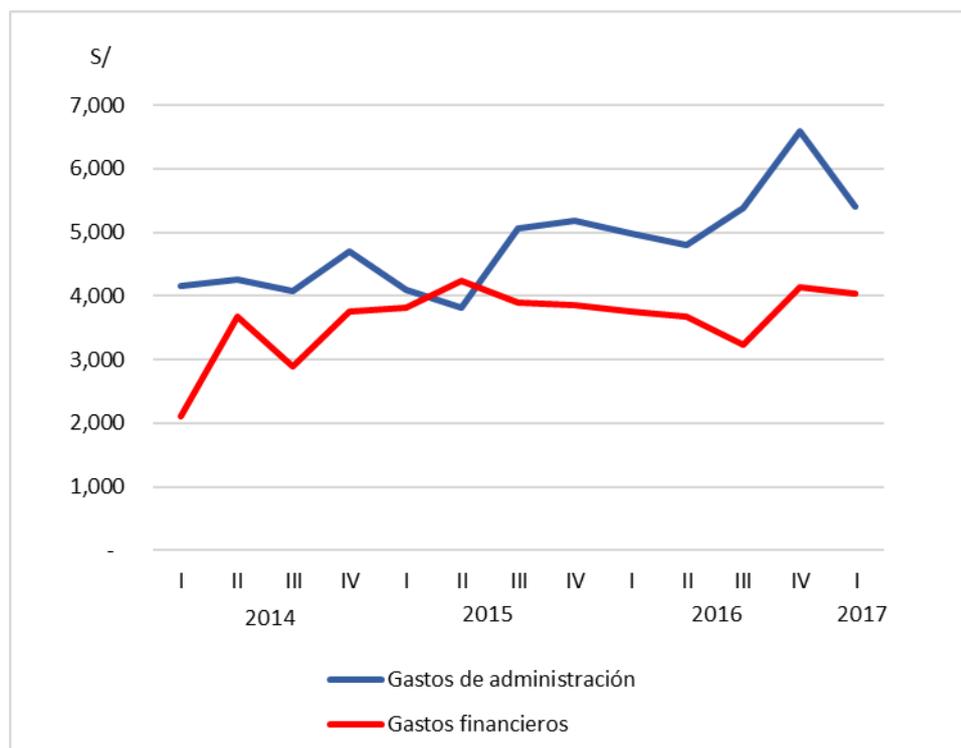


Figura 12 Gastos Administrativos y Financieros

Fuente: Elaboración Propia

En la figura 12, Nos muestra el vínculo existente entre los Gastos Administrativos y Financieros, en lo cual podemos observar como los gastos administrativos son mayores a los gastos Financieros lo cual significa que la empresa tuvo gastos inesperados como compra de muebles de oficina, pagos de luz excesivos y sueldo.

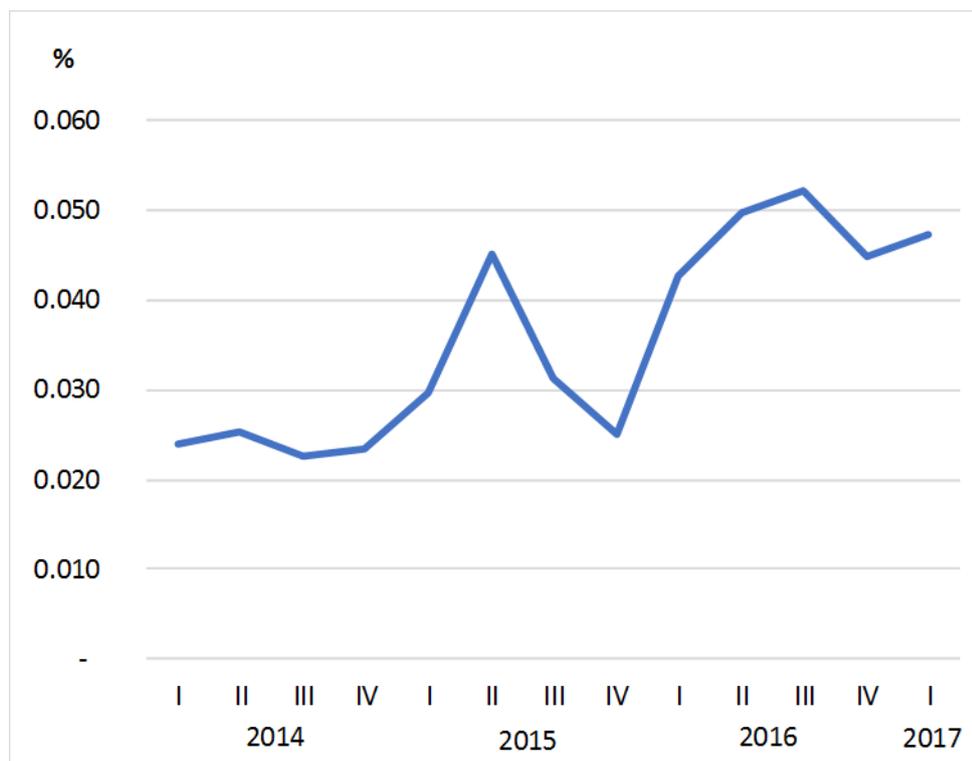


Figura 13 Rentabilidad sobre el Activo - ROA

Fuente: Elaboración Propia

En la figura 13, nos muestra la rentabilidad sobre el activo(ROA), en la cual podemos analizar como en los trimestres III 2014 y IV 2015 fluctúa de manera bajo lo cual nos indica que la gerencia no está realizando un uso adecuado de los activos existente. Por otro lado podemos observar como la empresa se recupera satisfactoriamente en los trimestres II 2016, III 2016 y I 2017 correspondientemente, dándonos como señal que CINEPLEX está alcanzando objetivos provechosos de los activos que posee.

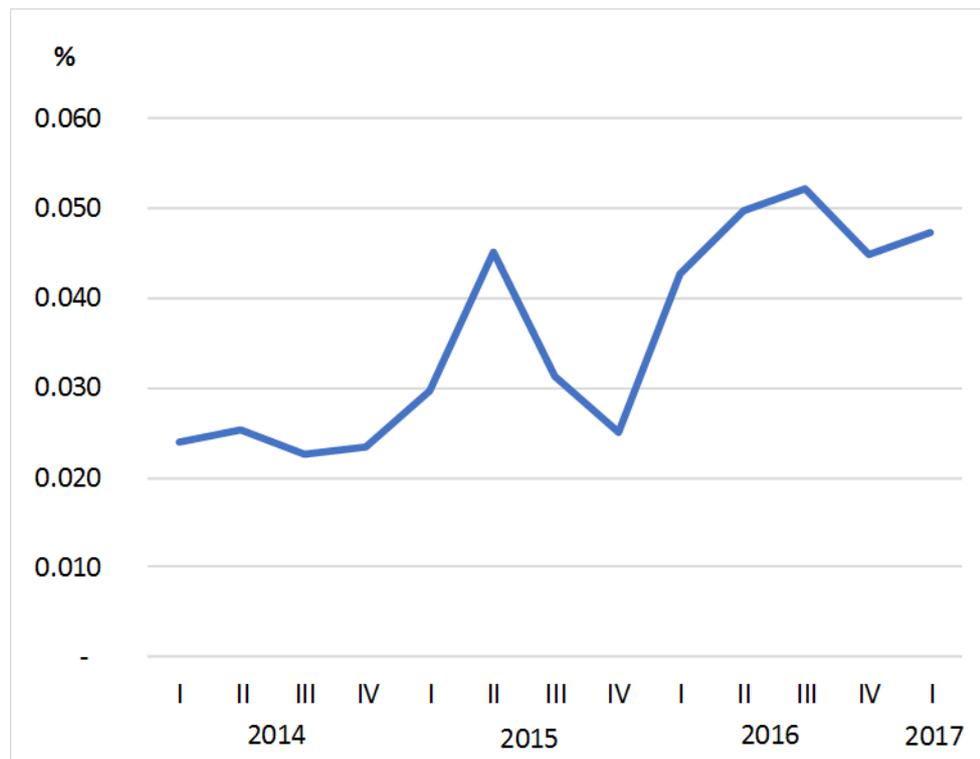


Figura 14 Rentabilidad del Patrimonio - ROE

Fuente: Elaboración Propia

En esta figura (14) podemos apreciar la evolución de Rentabilidad del Patrimonio, en cual nos indica que los trimestres III 2016, IV 2016 y I 2017 la empresa utilizó un promedio de 22% de su patrimonio para la generación de utilidades, es decir que la rentabilidad que posee la empresa fue satisfactoria.

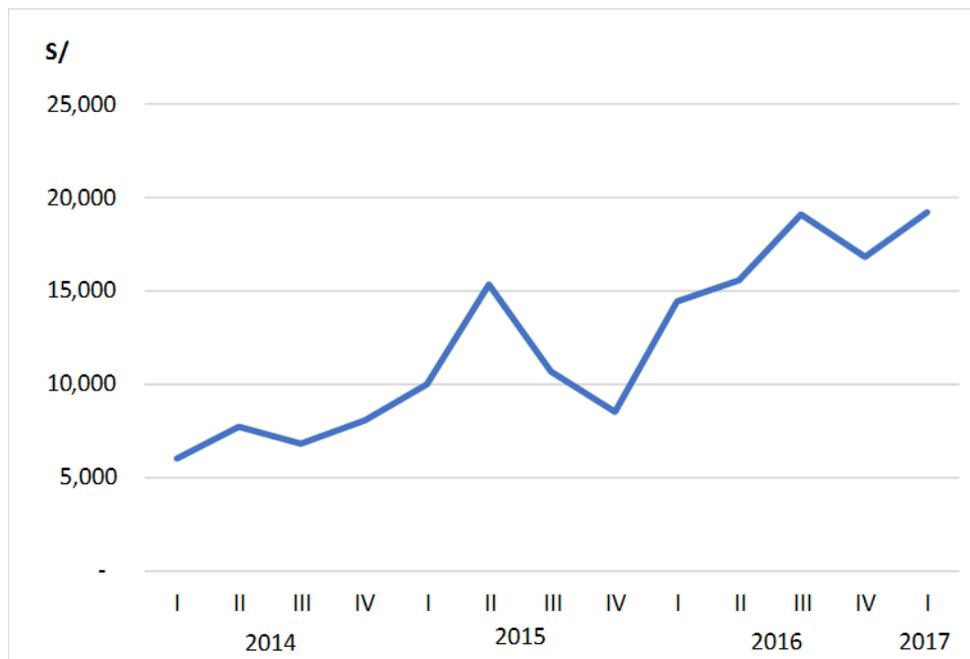


Figura 15 Utilidad Neta en Miles de Nuevos Soles

Fuente: Elaboración Propia

La presente figura 15 nos muestra la evolución de las utilidades Netas, podemos observar como en los trimestres III 2016, IV 2016 y I 2017 las utilidades fueron satisfactoria para la empresa en comparación con otros trimestres en los cuales la utilidad fue menor, aun así, logrando mantener su rentabilidad

4.3. Contraste de hipótesis.

Con la finalidad de comprobar las hipótesis planteadas en el presente trabajo de investigación se utilizaron modelos de regresión lineal, dada la escala ratio de nuestras variables (métrica) que corresponden a las series de tiempo utilizadas. Así mismo, se ha calculado la prueba “t” de student a través de la cual se ha evaluado el nivel de significancia de cada una de las relaciones de variables utilizadas en el presente estudio.

4.3.1. Hipótesis General

Ho: “Los ingresos no influyen directa ni significativamente en la rentabilidad de la empresa Cineplex S.A.”

H1: “Los ingresos influyen directa y significativamente en la rentabilidad de la empresa Cineplex S.A.”

Tabla 6
Modelo de Regresión ROE

Dependent Variable: ROE
Method: Least Squares
Date: 07/25/17 Time: 23:17
Sample: 2014Q1 2017Q1
Included observations: 13

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
INGRESOS	0.00000276	0.000000285	9.68247	0
C	-0.079665	0.023863	-3.338419	0.0066
R-squared	0.894988	Mean dependent var		0.146161
Adjusted R-squared	0.885442	S.D. dependent var		0.053765
S.E. of regression	0.018197	Akaike info criterion		5.034429
Sum squared resid	0.003643	Schwarz criterion		4.947513
Log likelihood	34.72379	Hannan-Quinn criter.		5.052294
F-statistic	93.75023	Durbin-Watson stat		1.939072
Prob(F-statistic)	0.000001			

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 7
Modelo de Regresión ROA

Dependent Variable: ROA
Method: Least Squares
Date: 07/25/17 Time: 23:17
Sample: 2014Q1 2017Q1
Included observations: 13

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
INGRESOS	0.000000567	0.0000000744	7.623861	0
C	-0.010765	0.006234	-1.726955	0.1121
R-squared	0.840864	Mean dependent var		0.035685
Adjusted R-squared	0.826397	S.D. dependent var		0.011409
S.E. of regression	0.004754	Akaike info criterion		7.719119
Sum squared resid	0.000249	Schwarz criterion		7.632204
Log likelihood	52.17427	Hannan-Quinn criter.		7.736984
F-statistic	58.12325	Durbin-Watson stat		1.845162
Prob(F-statistic)	0.00001			

Fuente: Elaboración Propia

Se puede concluir que la variable nivel de ingresos, influye inversamente y significativamente en la rentabilidad de la empresa Cineplex S.A., medida a través de la rentabilidad sobre los activos (ROA) y la rentabilidad sobre el patrimonio (ROE), lo cual se demuestra a través del nivel de significancia de la prueba “t” student, la misma que es calculada a través del p-value, la misma que es menor a 0.05, lo cual se muestra en la tabla 7.

Regla de decisión

Si nivel de significancia es $<$ a 0.05, entonces: Se rechaza la hipótesis nula- H_0

Si “t” student es $>$ 1,96 entonces: Se rechaza la hipótesis nula – H_0

4.3.2. Hipótesis específicas

4.3.2.1. Hipótesis específica gastos financiero y administración en la utilidad neta

Ho: “Los gastos financieros y administrativos no influyen significativamente en la utilidad neta de la empresa Cineplex S.A.”

H1: “Los gastos financieros y administrativos influyen significativamente en la utilidad neta de la empresa Cineplex S.A.”

Tabla 8

Modelo de Regresión Utilidad Neta

Dependent Variable: UTILIDAD_NETA

Method: Least Squares

Date: 07/25/17 Time: 23:23

Sample: 2014Q1 2017Q1

Included observations: 13

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
GASTOS_FINANCIEROS	-2.637479	1.129353	-2.335389	0.0138
GASTOS_DE_ADMINISTRACION	-2.83127	1.435291	-1.97261	0.0441
C	-11005.22	8924.004	-1.233215	0.2457
R-squared	0.60878	Mean dependent var		12160.62
Adjusted R-squared	0.590536	S.D. dependent var		4744.78
S.E. of regression	3996.512	Akaike info criterion		19.62341
Sum squared resid	1.60E+08	Schwarz criterion		19.75378
Log likelihood	-124.5521	Hannan-Quinn criter.		19.59661
F-statistic	4.857093	Durbin-Watson stat		1.827967
Prob(F-statistic)	0.003234			

Fuente: Elaboración Propia

Se puede concluir que las variables Gastos Financieros y administración, influye inversamente y significativamente en la utilidad neta de la empresa Cineplex S.A.; medida a través de la utilidad neta, lo cual se demuestra a través del nivel de significancia de la prueba “t” student, la misma que es calculada a través del p-value y es menor de 0.05, a un nivel de confianza del 95%. Ver tabla 8.

Regla de decisión

Si nivel de significancia es < 0.05 , entonces: Se rechaza la hipótesis nula- H_0

Si “t” student es $> 1,96$ entonces: Se rechaza la hipótesis nula – H_0

4.3.2.2. Hipótesis específica costo de ventas y rentabilidad

H_0 : “Los costos de ventas no influyen significativamente en la rentabilidad de la empresa Cineplex S.A.”

H_1 : “Los costos de ventas influyen significativamente en la rentabilidad de la empresa Cineplex S.A.”

Tabla 9

Modelo de Regresión Costos de Venta y ROE

Dependent Variable: ROE

Method: Least Squares

Date: 07/25/17 Time: 23:30

Sample: 2014Q1 2017Q1

Included observations: 13

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
COSTOS_DE_VENTA	-0.000004	0.000000586	-6.817986	0
C	-0.071856	0.032694	-2.197798	0.0503
R-squared	0.808645	Mean dependent var		0.146161
Adjusted R-squared	0.79125	S.D. dependent var		0.053765
S.E. of regression	0.024565	Akaike info criterion		4.434373
Sum squared resid	0.006638	Schwarz criterion		4.347457
Log likelihood	30.82342	Hannan-Quinn criter.		4.452238
F-statistic	46.48493	Durbin-Watson stat		1.857923
Prob(F-statistic)	0.000029			

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 10
Modelo de Regresión Costo de Ventas y ROA

Dependent Variable: ROA
Method: Least Squares
Date: 07/25/17 Time: 23:31
Sample: 2014Q1 2017Q1
Included observations: 13

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
COSTOS_DE_VENTA	-0.000000812	0.000000145	-5.604452	0.0002
C	-0.008591	0.008078	-1.063628	0.3103
R-squared	0.740627	Mean dependent var		0.035685
Adjusted R-squared	0.717047	S.D. dependent var		0.011409
S.E. of regression	0.006069	Akaike info criterion		7.230609
Sum squared resid	0.000405	Schwarz criterion		7.143694
Log likelihood	48.99896	Hannan-Quinn criter.		7.248474
F-statistic	31.40989	Durbin-Watson stat		1.865534
Prob(F-statistic)	0.000159			

Fuente: Elaboración Propia

Se puede concluir que la variable costo de venta influye inversamente y significativamente sobre el nivel de rentabilidad, medida a través de la rentabilidad sobre los activos (ROA) y la rentabilidad sobre el patrimonio (ROE), lo cual se demuestra a través del nivel de significancia de la prueba "t" student, la misma que es calculada a través del p-value y es menor de 0.05, a un nivel de confianza del 95%. Ver tabla 9.

Regla de decisión

Si nivel de significancia es $<$ a 0.05, entonces: Se rechaza la hipótesis nula - H_0

Si "t" student es $>$ 1,96 entonces: Se rechaza la hipótesis nula – H_0

DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Los resultados obtenidos por Ponce Alava, & Franco Coello (2016) nos indican que en la evaluación de la gestión administrativa – financiera evidencia que los supermercados llevan a cabo los procesos administrativos basados en las experiencias empíricas de los administradores, sin embargo, las empresas en la actualidad deben trabajar operando eficientemente la planificación, organización, dirección y control para lograr ser competitivos en un mercado tan dinámico.

Conforme con los diferentes autores la Gestión Administrativa es el manejo óptimo de los recursos financieros, físicos y recursos humanos que forman parte de la empresa, los cuales pueden llegar a ayudar o perjudicar a la misma. Teniendo en cuenta los estudios realizados se logra ver que la gestión administrativa se puede medir de diferentes formas una de ellas es a través de los ingresos que obtiene la empresa lo cual se pudo demostrar que, si afecta a la rentabilidad de manera significativa, por tal motivo es necesarios gestionar de una manera correcta los gastos y costos de la empresa.

Por otro lado, Rodriguez Castro, (2013) sostiene que, Las decisiones financieras tomadas por la gerencia han permitido administrar adecuadamente el capital de trabajo de la empresa, por lo que ha influido en la rentabilidad de manera favorable, buscando que periodo a periodo se maximice la rentabilidad.

Por lo antes expuesto se puede indicar que para medir la rentabilidad existen diferentes formas las cuales pueden logra medir la capacidad de la empresa para generar utilidades las cuales benefician a los socios, por otro lado, la eficiencia de sus operaciones determinara si la empresa es capaz de mantener su rentabilidad.

Es de importancia que una empresa mantenga un riguroso control en sus gastos y costos ya que estos pueden lograr beneficiar a la empresa o perjudicarla, si la empresa dejara de generar ganancias, su capital se vería afectado lo cual llevaría a que los socios tengan que invertir para que así pueden levantar la empresa.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1. Conclusiones

- PRIMERO En cuanto a la variable gestión administrativa la cual es medida a través de los ingresos económicos de la empresa Cineplex se logró comprobar que influyen directamente en la rentabilidad, lo cual se debe a un adecuado control de los ingresos, en sus gastos y costos lo cual ayuda a la empresa a mantener una adecuada rentabilidad logrando así una correcta toma de decisiones lo cual la beneficia, por otro lado teniendo en cuenta lo que los ingresos están de la mano con las películas que la empresa exhibe, se debe tener en cuenta un adecuado plan en cual se puede mantener los ingresos estables para que así pueda generar beneficios para la empresa.
- SEGUNDO Los gastos administrativos y financieros influyen directamente con las utilidades de la empresa, esto quiere decir los gastos no gestionados de manera correcta podrán llegar a afectar a la empresa a largo plazo logrando que utilidad se vea perjudicada y así afectando los beneficios de los socios, además de ello puede llevar un endeudamiento que la empresa no logro cubrir.
- TERCERO El costo de venta influyen significativamente en la rentabilidad de la empresa, esto nos indica que los costos de venta ayudaran a la empresa determinará la rentabilidad, puesto que los costos no gestionados de manera correcta lograr afectar directamente a la empresa, ya que los precios de las películas, mano de obra y todo costo o gasto relacionado directa mente siempre van a influir de mañanera favorable o desfavorable para la empresa.

6.2. Recomendaciones

- PRIMERO** Replicara el estudio para otras empresas, pero extendiendo la información, los pedidos a evaluar y las variables de estudio e indicadores. Asimismo, realizar otras investigaciones sobre la variable costo venta y determinar el impacto que tiene en la rentabilidad de empresas.
- SEGUNDO** Es necesario una reducción de los gastos ya que afectan directamente a la utilidad neta, lo cual afectaría a los beneficios de la empresa. Teniendo en consideración esto se logrará un adecuado control el cual maximizaría los recursos de la empresa.
- TERCERO** La gestión administrativa vista desde el punto de vista financiero permitirá una tomada de decisiones acertada y oportuna, además ayudará a optimizará los recursos (ingresos, gastos administrativos y financieros y costos de venta), mejorando la rentabilidad y ayudando al crecimiento de la empresa.
- CUARTO** Los costó de ventas son un factor que influye de manera directa en la rentabilidad por lo cual es recomendable llevar un adecuado control en el cual se pueda verificar, teniendo en cuenta que los ingresos de la empresa no son solo de las películas también son en dulcería por lo cual es conveniente que empresa reduzca sus mermas para sí poder tener un adecuado control de sus costos y evitar gastos innecesarios.

REFERENCIAS

- Alonso Martan, M. (s.f.). *¿Qué es el ROA y cómo se calcula?* Obtenido de [www.gestion.org: https://www.gestion.org/economia-empresa/gestion-contable/43504/que-es-el-roa-y-como-se-calcula/](https://www.gestion.org/economia-empresa/gestion-contable/43504/que-es-el-roa-y-como-se-calcula/)
- Antonio. (10 de Octubre de 2016). *Rentabilidad sobre el patrimonio neto*. Obtenido de [http://www.muchoingresospasivos.com: http://www.muchoingresospasivos.com/rentabilidad-patrimonio-neto/](http://www.muchoingresospasivos.com/http://www.muchoingresospasivos.com/rentabilidad-patrimonio-neto/)
- Apoyo & Asociados. (30 de Mayo de 2017). *Informe de Clasificación de Riesgo*. Obtenido de Superintendencia del mercado de valores: http://www.smv.gob.pe/Frm_HechosDeImportancia.aspx?data=963C56D1E466EC8BD179AE23BCE941B6BFF3BF2285
- Baiza de Martinez, G. L., Vigil Vasquez, L. C., & Pérez Sánchez, S. Y. (Abril de 2014). *GLOSARIO, BIBLIOGRAFIA Y ANEXOS*. Obtenido de Universidad Francisco Gavidia: <http://ri.ufg.edu.sv/jspui/handle/11592/8003>
- Beyona Flores, F. (Octubre de 2013). *Análisis de los factores que influyen en la rentabilidad de las cajas municipales de ahorro y crédito en el Perú*. Obtenido de [udep.edu.pe: https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/1795/ECO_045.pdf?sequence=1](https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/1795/ECO_045.pdf?sequence=1)
- Bujan, C. (29 de Octubre de 2014). *Los gastos financieros: qué son y cómo se deducen*. Obtenido de [anfix.com: https://blog.anfix.com/los-gastos-financieros-que-son-y-como-se-deducen/](https://blog.anfix.com/los-gastos-financieros-que-son-y-como-se-deducen/)
- Cineplanet . (s.f.). *Nuestro Compromiso*. Obtenido de <https://www.cineplanet.com.pe: https://www.cineplanet.com.pe/categoria/sobre-nosotros>
- CINEPLEX SA. (29 de Marzo de 2017). *Memoria Anual 2016*. Obtenido de Superintendencia del Mercado de Valores: http://www.smv.gob.pe/Frm_Memorias.aspx?data=2621C038EC1F2286F1B4681A9C105FF3BFF6119339

- Class & Asociados S.A. . (29 de mayo de 2017). *FUNDAMENTOS DE CLASIFICACIÓN DE RIESGO CINEPLEX S.A.* . Obtenido de <http://www.smv.gob.pe>:
http://www.smv.gob.pe/ConsultasP8/temp/S24_Cineplex.pdf
- Cozar, P. (2010). *El conocimiento, clave en el control del riesgo financiero. Estrategia Financiera.*
- CreceNegocios. (21 de Febrero de 2012). *Los Estados Financieros.* Obtenido de CreceNegocios: <http://www.crecenegocios.com/los-estados-financieros/>
- Definicion ABC. (s.f.). *Definicion de Factores.* Obtenido de Definicion ABC: <https://www.definicionabc.com/general/factores.php>
- Dussan Pulecio, C. (15 de Marzo de 2012). *EBITDA.* Obtenido de <http://karlosdussan.blogspot.pe>:
<http://karlosdussan.blogspot.pe/2012/03/7-que-es-el-ebitda-y-el-margen-de.html>
- Eco-finanzas. (s.f.). *Gastos de ventas.* Obtenido de Eco-Fiananzas: http://www.eco-finanzas.com/diccionario/G/GASTOS_DE_VENTA.htm
- Economia48. (s.f.). *Gastos Financieros.* Obtenido de Economia48.com: <http://www.economia48.com/spa/d/gastos-financieros/gastos-financieros.htm>
- Empresa Informativa Diccionario Contable. (28 de Agosto de 2007). *Diccionario Contable - Colombia.* Obtenido de www.msq-estudio-contable.com:
http://www.msq-estudio-contable.com/jus/upload/files/images/DICCIONARIO_CONTABLE.pdf
- Enciclopedia de Ejemplos . (2017). *10 Ejemplos de Gastos Administrativos.* Obtenido de www.ejemplos.co: <http://www.ejemplos.co/10-ejemplos-de-gastos-administrativos/>
- Enciclopedia Financiera. (s.f.). *Estados Financieros.* Obtenido de [encyclopediainanciera.com](http://www.encyclopediainanciera.com):
<http://www.encyclopediainanciera.com/estados-financieros.htm>
- Enciclopedia Financiera. (s.f.). *Gastos de Administracion.* Obtenido de Enciclopedia Financiera:

<http://www.encyclopediafinanciera.com/definicion-gastos-de-administracion.html>

Entrepreneur. (11 de Octubre de 2010). *Mide la rentabilidad de tu empresa*. Obtenido de Entrepreneur.com: <https://www.entrepreneur.com/article/263733>

Gerencie.com. (s.f.). *Utilidad antes de impuestos*. Obtenido de gerencie.com: <https://www.gerencie.com/utilidad-antes-de-impuestos.html>

Greco, O. (2008). *Diccionario de Finanzas*. Buenos Aires: Valletta Ediciones.

Hitt, M., Black, S., & Porter, L. (2006). *Administracion* (Novena ed.). Mexico: Person Educación.

Instituto Nacional de estadística e informática. (2008). *Indicadores de Rentabilidad*. Obtenido de www.inei.gob.pe: https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib0932/cap06.pdf

Marin Cano, F. (09 de Octubre de 2015). *Gastos administrativos y su optimización*. Obtenido de Gupo Choice: <http://blog.choice.es/2015/10/gastos-administrativos-y-su-optimizacion/>

Medina Ramirez , C. A., & Mauricci Gil, G. F. (Julio de 2014). *Factores que influyen en la rentabilidad por línea de negocio en la Clinica Sanchez Ferrer en el periodo 2009 - 2013*. Obtenido de <http://repositorio.upao.edu.pe>: http://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/upaorep/325/1/MEDINA_CARLOS_FACTORES_RENTABILIDAD_NEGOCIO.pdf

Mochón, F. (2014). *Administración, enfoque por competencias con casos Latinoamericanos* (Primera ed.). Mexico: Alfaomega.

Moyeloma Muyulema, M. H. (2011). *La gestion Financiera y su impacto en la rentabilidad de la cooperativa de ahorro y credito kuriñan de la ciudad de Ambato año 2010*. Obtenido de Universidad Técnica de Ambato: <http://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/1944/1/TG0002.pdf>

Nuñez, T. (2009). La gestión de las previsiones de tesorería en entornos de incertidumbre. *Harvard-Deusto Finanzas & Contabilidad*, 32 - 41.

- Pérez Porto, J. (2008). *Costo*. Obtenido de Definicion.de: <https://definicion.de/costo/>
- Perez, J., & Merino, M. (2014). *Definición de utilidad neta*. Obtenido de Definicion.de: <https://definicion.de/utilidad-neta/>
- Pérez, P. J., & Gardey, A. (2015). *Definición de rentabilidad* . Obtenido de Definición.de: <http://definicion.de/rentabilidad/>
- Pino, M. (10 de Marzo de 2015). *¿Cómo calcular el coste real de mi producto o servicio?* Obtenido de infoautonomos.eleconomista.es: <http://infoautonomos.eleconomista.es/financiacion-autonomos-empresas/como-calcular-el-coste-real-de-mi-producto-o-servicio/>
- Rodriguez Castro, D. A. (Noviembre de 2013). *Administracion del capital de trabajo y su influencia en la rentabilidad de la empresa Consorcio Roga S.A.C. Trujillo 2011 - 2012*. Obtenido de <http://repositorio.upao.edu.pe/>: http://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/upaorep/202/1/RODRIGUEZ_DIN_A_ADMINISTRACION_CAPITAL_RENTABILIDAD.pdf
- ROMAN, C. L. (2012). *Fundamentos de administración financiera*. Red Tercer Milenio.
- Saint, R. (19 de diciembre de 2013). *Gastos de venta vs. gastos administrativos*. Obtenido de www.ehowenespanol.com: http://www.ehowenespanol.com/gastos-venta-vs-gastos-administrativos-info_348500/
- Sevilla Arias, A. (23 de Abril de 2017). *Gastos financieros*. Obtenido de economipedia.com: <http://economipedia.com/definiciones/gastos-financieros.html>
- Slideshare. (15 de Junio de 2012). *Tabla de Indicadores*. Obtenido de Slideshare: <https://es.slideshare.net/Solfin/tablas-frmulas-y-conceptos-financieros>
- Stevens, R. (05 de 06 de 2017). *Estados financieros: clasificación y tipos*. Obtenido de Rankia Colombia: <https://www.rankia.co/blog/analisis-colcap/3593094-estados-financieros-clasificacion-tipos>
- Stoner, J., Freeman, E., & Gilbert, D. (1996). *Administración*. Pretince Hall.

- Subgerencia Cultural del Banco de la República. (2015). *Ingresos - Partes de libro*.
Obtenido de <http://admin.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/comunicacion/libro>
- Tigo business. (10 de Abril de 2017). *GESTIÓN ADMINISTRATIVA: ¿PARA QUÉ SIRVE?* Obtenido de <http://minegocio.tigobusiness.com.gt/>:
<http://minegocio.tigobusiness.com.gt/blog/gestion-administrativa-para-que-sirve>
- Universidad Carlos III de Madrid. (19 de Marzo de 2008). *Que es la rentabilidad y como medirla*. Obtenido de Universidad Carlos III de Madrid:
<http://ocw.uc3m.es/economia-financiera-y-contabilidad/economia-de-la-empresa/material-de-clase-1/Rentabilidad.pdf/view>
- Velasquez Gomez, B., Ponce Alava, V., & Franco Coello, M. (2016). La Gestión Administrativa y Financiera, Una Perspectiva desde los Supermercados del Cantón Quevedo. *Latindex*, 15-20.
- Zapata Cruz, C. A. (2015). *Financiamiento y Rentabilidad de las Micro y pequeñas empresas del sector abarrote del asentamiento humano nueve de Octubre Provincia Sullana, año 2015*. Obtenido de Repositorio.uladech.edu.pe:
http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/714/FINANCIAMIENTO_RENTABILIDAD_ZAPATA_CRUZ_CARLOS_AGUSTO.pdf?sequence=1

ANEXOS

Matriz de Consistencia

PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN	OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN	VARIABLES	INDICADORES
<p><u>Problema General</u> ¿De qué manera influye la Gestión Administrativa en la rentabilidad de la empresa CINEPLEX S.A.?</p>	<p><u>Objetivo General</u> Determinar cómo influye la Gestión Administrativa en rentabilidad de la empresa CINEPLEX S.A.</p>	<p><u>Hipótesis General</u> Los ingresos influyen directa y significativamente en la rentabilidad de la empresa Cineplex S.A.</p>	<p><u>Variables independientes:</u></p> <p>Gestion Administrativa Gastos administrativos y financieros Costo de ventas</p> <p><u>Variables Dependientes:</u></p> <p>Utilidad Neta Rentabilidad</p>	<p>Ingresos Gastos administrativos y financieros Costos de ventas</p> <p>Utilidad Neta Rentabilidad sobre el activo (ROA) Rentabilidad del patrimonio (ROE)</p>
<p><u>Problemas Específicos</u> ¿Cómo influyen los gastos administrativos y financieros en la utilidad neta de la empresa CINEPLEX S.A.?</p>	<p><u>Objetivos Específicos</u> Identificar como influyen los gastos administrativos y financieros en la utilidad neta de la Empresa CINEPLEX S.A.</p>	<p><u>Hipótesis Especificas</u> Los gastos administrativos y financieros influyen significativamente en la utilidad neta de la empresa Cineplex S.A</p>		
<p>¿Cómo influyen los costos de venta en la rentabilidad de la empresa CINEPLEX SA?</p>	<p>Establecer la influencia de los costos de ventas en la rentabilidad de la empresas CINEPLEX S.A.</p>	<p>Los costos de ventas influyen significativamente en la rentabilidad de la empresa Cineplex S.A.</p>		

Operacionalización de variables

Variables	Gestión Administrativa	Rendimiento
Tipo de Variables Según Función	Independiente	Dependiente
Definición Conceptual	Es la habilidad de utilizar los recursos disponibles para lograr las metas u objetivos de la empresa. Los principios para gestionar de forma efectiva un negocio son: planeación, organización, dirección y control. (Tigo business, 2017)	El diccionario de la Real Academia Española (RAE) define la rentabilidad como la condición de rentable y la capacidad de generar renta (beneficio, ganancia, provecho, utilidad). La rentabilidad, por lo tanto, está asociada a la obtención de ganancias a partir de una cierta inversión. Lo habitual es que la rentabilidad haga referencia a las ganancias económicas que se obtienen mediante la utilización de determinados recursos. Por lo general se expresa en términos porcentuales. (Pérez & Gardey, 2015)
Definición Operacional	Se refiere aquellos elementos que pueden permitir medir o condicionar una situación, la cual permitirá definir los factores influyentes para la empresa los cuales contribuyen a que se obtengan determinados resultados.	Se refiere a la relación que existe entre la utilidad y la inversión necesaria para lograrla, ya que mide tanto la efectividad de la gerencia de una empresa, demostrada por las utilidades obtenidas de las ventas realizadas y utilización de inversiones.

Naturaleza de la Variable	Cualitativa	Cuantitativa
Escala de Medida	Ordinal	Continuas
Indicadores	<ul style="list-style-type: none"> - Ingresos - Gastos de administración y Financiero - Los costos de Venta 	<ul style="list-style-type: none"> - Utilidad Netas - Rentabilidad sobre el Activo (ROA) - Rentabilidad del patrimonio (ROE)
Técnica	<ul style="list-style-type: none"> - Análisis de Datos Secundarios - Análisis documental 	
Instrumento	<ul style="list-style-type: none"> - Estados financieros - Guía de Análisis Documental 	
Fuente	<ul style="list-style-type: none"> - Bolsa de Valores de Lima - Superintendencia de Mercado de Valores 	

Fuente de Datos Secundarios

Periodos	Ingresos S/	Costos de Venta S/	Gastos de Ventas S/	Gastos de Administración S/	Gastos Financieros S/	Utilidad Neta S/	Activo Total S/	Patrimonio Total S/	ROA %	ROE %	
2014	I	49,087	29,684	3,997	4,151	2,108	5,982	248,550	76,098	0.024	0.079
	II	59,960	40,069	497	4,257	3,675	7,667	301,397	83,765	0.025	0.092
	III	67,674	45,897	642	4,081	2,899	6,818	300,586	82,229	0.023	0.083
	IV	66,890	46,483	1,247	4,696	3,752	8,061	345,336	75,340	0.023	0.107
2015	I	71,027	47,814	805	4,099	3,823	10,007	335,952	87,270	0.030	0.115
	II	92,427	60,953	816	3,819	4,248	15,336	340,171	89,926	0.045	0.171
	III	79,012	53,954	696	5,056	3,898	10,642	339,762	81,369	0.031	0.131
	IV	79,120	56,953	847	5,181	3,852	8,476	337,883	75,692	0.025	0.112
2016	I	88,332	58,224	519	4,984	3,757	14,469	338,665	85,196	0.043	0.170
	II	98,759	66,020	1,061	4,793	3,674	15,563	312,757	83,426	0.050	0.187
	III	105,096	69,238	1,016	5,375	3,228	19,120	365,573	80,073	0.052	0.239
	IV	98,608	62,783	1,490	6,584	4,146	16,766	373,512	78,001	0.045	0.215
2017	I	108,512	70,858	994	5,410	4,046	19,181	404,478	94,974	0.047	0.202

