



**Universidad
Continental**

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EMPRESA

Escuela Académico Profesional de Contabilidad

**El valor económico agregado en la
creación de valor en la empresa
Mantari Sweater, en el período
2015-2016**

Rosangelica Yhenifer León Espinoza

Huancayo, 2017

Tesis para optar el Título Profesional de
Contador Público



Repositorio Institucional Continental
Tesis digital



Obra protegida bajo la licencia de [Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivadas 2.5 Perú](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/2.5/peru/)

ASESOR

Mg. C.P.C. Percy Peña Medina

AGRADECIMIENTO

A Dios por guiarme y llenarme de sabiduría, inteligencia divina y paciencia en cada acontecimiento de mi vida. Gracias por enseñarme a transmutar los fracasos en aprendizajes y vivir cada día nuevas oportunidades que me permiten estar en armonía conmigo mismo y con el mundo exterior.

A mis padres que siempre han tenido palabras sabias y llenas de amor para guiar el camino en las situaciones más difíciles.

A mis hermanos, por darme ánimo, amor y su ayuda incondicional en cada momento que los he necesitado en este proyecto y en mi vivir diario.

Al asesor de tesis Percy Peña Medina por sus enseñanzas, su tiempo y paciencia para el desarrollo de mi tesis.

Al Gerente General CPC. Julia Huamán Mantari de la empresa Mantari Sweater S.A.C, por su generosidad, comprensión y aprobación en la aplicación de los instrumentos de recolección de datos.

DEDICATORIA

A Dios porque está cuidándome día a día para seguir adelante y dándome la valentía para continuar en cada paso que doy ; a mis padres, hermanos y amigos, que han contribuido en la escala de los peldaños de mi carrera profesional.

ÍNDICE

PORTADA.....	I
ASESOR	II
AGRADECIMIENTO	III
DEDICATORIA.....	IV
ÍNDICE	V
LISTA DE TABLAS	VII
LISTA DE FIGURAS.....	VIII
RESUMEN.....	IX
ABSTRACT.....	X
INTRODUCCIÓN.....	XI
CAPÍTULO I PLANTEAMIENTO DEL ESTUDIO	1
1.1. EL PROBLEMA	1
1.1.1. PLANTEAMIENTO – FUNDAMENTACIÓN	1
1.1.2. FORMULACIÓN INTERROGATIVA DEL PROBLEMA	2
1.2. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	3
1.2.1. OBJETIVO GENERAL.....	3
1.2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	3
1.3. JUSTIFICACIÓN	4
1.4. IMPORTANCIA DE LA INVESTIGACIÓN.....	5
1.5. ALCANCES DE LA INVESTIGACIÓN	5
1.6. DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	6
1.7. LIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN	6
1.8. HIPÓTESIS FUNDAMENTACIÓN	6
1.8.1. Hipótesis General	6
1.8.2. Hipótesis Específicas	7
1.9. VARIABLES.....	7
1.9.1. IDENTIFICACIÓN DE LAS VARIABLES.....	7
1.9.2. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES.....	7
CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO.....	9
2.1. ANTECEDENTES DEL PROBLEMA	9
2.2. BASES TEÓRICO – CIENTÍFICAS.....	17
2.2.1. Valor Económico Agregado.....	17
2.2.2. Bases teóricas de creación de valor	17
2.3. MARCO CONCEPTUAL.....	18
2.3.1. Valor Económico Agregado.....	18
2.3.2. Creación de Valor.....	25
2.4. DEFINICIÓN DE TÉRMINOS BÁSICOS.....	26
2.4.1. El valor económico agregado en la creación de valor en la empresa Mantari Sweater S.A.C, en el período 2015 - 2016.	26
2.4.2. Valor económico agregado	26
2.4.3. EPS.....	26
2.4.4. EBIT.....	26
2.4.5. IR.....	26
2.4.6. NOWC	27

2.4.7. ROI	27
CAPÍTULO III METODOLOGÍA.....	28
3.1. MÉTODO DE LA INVESTIGACIÓN	28
3.2. CONFIGURACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	29
3.2.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN	29
3.2.2. NIVEL DE LA INVESTIGACIÓN	30
3.2.3. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	30
3.2.4. POBLACIÓN Y MUESTRA	31
3.3. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS	33
3.4. TÉCNICAS DE PROCESAMIENTO DE DATOS	34
3.5. DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE LA PRUEBA DE HIPÓTESIS.....	34
CAPÍTULO IV ASPECTOS GENERALES DE LA EMPRESA MANTARI SWEATER	35
4.1. DATOS GENERALES DE LA INSTITUCIÓN	35
4.2. MISIÓN	36
4.3. VISIÓN.....	36
4.4. POLÍTICA DE CALIDAD.....	36
4.5. BREVE RESEÑA HISTÓRICA DE LA INSTITUCIÓN	36
4.6. ACTIVIDADES DE LA INSTITUCIÓN	37
4.6.1. Productos de exportación de la Empresa Mantari Sweater S.A.C:	37
4.7. RUC, RAZON SOCIAL Y ACTIVIDADES ECONOMICAS.....	38
4.8. ORGANIGRAMA DE MANTARI SWEATER.....	39
CAPÍTULO V RESULTADOS Y DISCUSIÓN	40
5.1. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	40
5.1.1. DESCRIPCIÓN DE TRABAJO DE CAMPO.....	40
5.1.2. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS.....	40
5.1.3. ANÁLISIS FINANCIERO DE LA EMPRESA MANTARI SWEATER.....	41
5.1.4. DETERMINACIÓN DE LOS COMPONENTES QUE INFLUYEN EN EL VALOR ECONÓMICO AGREGADO.	46
5.1.5. CÁLCULO DEL EVA	49
5.1.6. VERIFICACIÓN DE LAS HIPÓTESIS.....	50
5.2. DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....	55
CONCLUSIONES.....	58
RECOMENDACIONES.....	59
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	60
ANEXOS	63

LISTA DE TABLAS

TABLA 1: Cuadro de Operacionalización de variables	7
TABLA 2: CLASIFICACIÓN INDUSTRIAL INTERNACIONAL UNIFORME	38
TABLA 3: Razón Financiera Circulante	41
Tabla 4: Capital de Trabajo	42
Tabla 5: Prueba Ácida	42
Tabla 6: Autonomía Financiera	43
Tabla 7: Margen Neto de Utilidad.....	43
Tabla 8: Rendimiento sobre los Activos	44
Tabla 9: Rendimiento sobre el Patrimonio	44
Tabla 10: Capital Invertido 2015 y 2016	46
Tabla 11: Costo Promedio Ponderado de Capital 2015	47
Tabla 12: Costo Promedio Ponderado de Capital 2016	48
Tabla 13: Utilidad antes de intereses y después de impuestos	48
Tabla 14: Rentabilidad sobre la inversión	49
Tabla 15: Valor Económico Agregado 2015	49
Tabla 16: Valor Económico Agregado 2016	50
Tabla 17: Capital Invertido 2015 – 2016	52
Tabla 18: Costo Promedio Ponderado de Capital 2015- 2016	53
Tabla 19: Utilidad Antes de Intereses e Impuestos 2015- 2016	54
Tabla 20: Gastos Administrativos 2015	56
Tabla 21. Gastos Administrativos 2016	57
Tabla 22: “EL VALOR ECONÓMICO AGREGADO EN LA CREACIÓN DE VALOR EN LA EMPRESA MANTARI SWEATER S.A.C EN EL PERÍODO 2015 – 2016.....	64

LISTA DE FIGURAS

Figura 1:: Descripción correlacional	31
Figura 3: Programa PromPerú	35
Figura 4: Organigrama de la Empresa Mantari Sweater	39
Figura 5: Ratios de Líquidez 2015- 2016	45
Figura 6: Ratios de Rentabilidad 2015- 2016.....	45
Figura 7: Comparación del EVA.....	51
Figura 8: Comparación del Capital Invertido	52
Figura 9: Comparación del Costo Promedio Ponderado De Capital	53
Figura 10: Comparación de la Utilidad antes de Intereses e Impuestos	54

RESUMEN

La investigación tuvo como principal objetivo determinar el porcentaje de crecimiento o disminución en la creación de valor por el Valor Económico Agregado en la empresa Mantari Sweater S.A.C, en el período 2015 - 2016. El desarrollo del trabajo de investigación tiene como base al método científico; al método inductivo - deductivo como métodos generales; al método inferencial y matematización como métodos específicos. El tipo de investigación es aplicada; corresponde a la clase de investigación social; el nivel de investigación es descriptivo, explicativo y no experimental; con un diseño general no experimental; descriptivo como diseño específico. La población está conformado por los estados financieros de la empresa Mantari Sweater S.A.C de los periodos económicos a partir de sus funcionamiento; con una muestra probabilística intencionada, la muestra estará conformada por los estados financieros de los periodos económicos 2015 y 2016. En las técnicas de investigación científica se ha utilizado la técnica documental, técnicas de procesamiento y para el análisis de datos se usó el software contable C34 y Microsoft Excel, el análisis de datos se realizara teniendo el Capital Invertido, Costo Promedio Ponderado de Capital (CPPC), Utilidad Antes de Intereses y Después de Impuestos (UAIDI), Rentabilidad sobre la Inversión (ROI) y el Valor Económico agregado (EVA). La conclusión al que se ha arribado es que para el año 2016 el porcentaje de creación de valor por el capital invertido la empresa Mantari Sweater S.A.C, en el período 2015 - 2016 ha disminuido en 23% con respecto al año 2016, a pesar de que en ambos años existen creación de valor dentro de la empresa.

Palabras clave: Valor económico agregado, creación de valor.

ABSTRACT

The research aimed to determine the percentage of growth or decrease in value creation by the capital invested in the company Mantari Sweater S.A.C, in the period 2015 - 2016. The development of research work is supported by the scientific method; To the inductive deductive method as general methods; To the inferential method and mathematization as specific methods. The type of research is applied; Corresponds to the social research class; The level of research is descriptive, explanatory and non-experimental; With a general non-experimental design; Descriptive as a specific design. The population is conformed by the financial statements of the company Mantari Sweater S.A.C of the economic periods from its operation; With an intentional probabilistic sample, the sample will be conformed by the financial statements of the economic periods 2015 and 2016. In the techniques of scientific investigation has been used the documentary technique, techniques of processing and data analysis was used the accounting software C34 and Microsoft Excel, data analysis will be performed with Invested Capital, Weighted Average Cost of Capital (CPPC), Earnings before Interest and After Taxes (UAIDI), Return on Investment (ROI) and Economic Value Added (EVA). The conclusion reached is that for the year 2016 the percentage of creation of value by the capital invested the company Mantari Sweater SAC, in the period 2015 - 2016 has decreased by 23% with respect to the year 2016, although In both years there is value creation within the company.

Key words: Economic value added, creation of value.

INTRODUCCIÓN

La creación de valor sirve para ayudar a incrementar el rendimiento de lo invertido por los propietarios de una empresa. El Valor Económico Agregado (EVA) es un mecanismo el cual es más comprensible para hacer partícipe con todos los colaboradores. También es una herramienta la cual nos ayuda a calcular y estudiar la riqueza generada durante períodos económicos de una empresa, comprendiendo el nivel de riesgo en la que labora.

Asimismo ayuda a que los stakeholders puedan tomar decisiones con un conocimiento sobre la riqueza generada, además, representa un método muy eficiente que permite alinear los intereses de los colaboradores y directores con el de los socios. Por lo tanto esta herramienta es de vital importancia, por lo que el presente trabajo de investigación estará enfocado en su estudio.

Por lo tanto, el Valor Económico Agregado (EVA), trata de un mecanismo enfocado a la integración, ya que considera los objetivos primordiales de la entidad económica. Además, aporta elementos para que los stakeholders puedan tomar decisiones correctas con más conocimiento de causa, por lo que el valor económico agregado es como un apoyo a la información suministrada por diversos indicadores financieros.

La presente investigación considera como principal objetivo determinar el porcentaje de crecimiento o disminución en la creación de valor por el Valor Económico Agregado en la empresa Mantari Sweater S.A.C, en el período 2015 - 2016.

Considerando lo expuesto la tesis se desarrolla con base a una estructura organizado por capítulos:

Capítulo I: Planteamiento del Estudio, se realiza la descripción del escenario de la problemática relacionada al valor económico agregado en la creación de valor en la empresa Mantari Sweater ; se realiza la formulación del problema, la presentación de objetivos, la justificación académica, económica y social; y se finaliza estableciendo las respectivas hipótesis.

Capítulo II: Marco Teórico, se muestran los antecedentes del problema que influyeron en la presente tesis; en las bases teóricas se desarrolla los temas de valor económico agregado y creación de valor; y culmina definiendo términos básicos que ayudan al entendimiento de palabras técnicas empleadas en la presente investigación.

Capítulo III: Metodología, se describe el método y diseño de investigación, población, muestra y las técnicas e instrumentos que se utilizaron en la recolección, análisis y evaluación de la información.

Capítulo IV: Resultados y Discusión, se realiza la contrastación y discusión de las hipótesis en estudio, se identifican las deficiencias y se presenta las recomendaciones para que la empresa pueda generar valor, que van a permitir mejorar los tratamientos contables adoptados por la entidad con el fin de mejora su información contable.

Finalmente, se presentan las conclusiones a las que se arribaron tras el desarrollo de la presente investigación.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL ESTUDIO

1.1. EL PROBLEMA

1.1.1. PLANTEAMIENTO – FUNDAMENTACIÓN

El valor económico agregado calcula y analiza la riqueza generada por una entidad económica tomando en cuenta el riesgo con la que está funcionando ya que la dinámica económica que tienen las empresas hoy en día es un proceso de altas y bajas económicas. Ahora las entidades económicas se enfrentan a retos de competencia creciente, que conllevan a desafíos nuevos para el empresario. Calcular que las empresas estén generando, o no, valor es de muchísima importancia para la existencia de ellas mismas, encontrar cuáles son los elementos con que se pueda determinar si se está creando o está existiendo destrucción del valor, ello nos marcará un importante papel en la correcta toma de decisiones, el cual permitirá tener una ventaja superior en el contexto global que ahora existe, además, el Valor Económico Agregado nos permite realizar una medición del rendimiento dentro de la empresa basándose en datos reales y no de supuestas proyecciones. Una medida que permitirá a los empresarios y socios a conocer si el capital invertido está ganando o destruyendo valor en la empresa Mantari Sweater S.A.C. Varias compañías al realizar la evaluación de sus resultados económicos basándose únicamente en cifras contables, no se dan cuenta de la situación real en que se encuentran, ya que generar utilidades realmente no significa que generen riquezas, por lo que se ha analizado que el valor económico agregado es un método fácil y sencillo, el cual cuando es aplicado correctamente en una empresa, pone a la par los interés de los directivos y de los accionistas.

Existen muchos estudios, como señalan Stern, Shiely y Ross (2001, p. 23) nos indican que “la necesidad de crear valor para los inversionistas en una compañía, y como consecuencia su objetivo primordial es el de lograr medirlo de alguna forma, esto ocasiona que exista un nuevo enfoque en la administración de las organizaciones en relación a querer lograr dichos objetivos”.

Sobre este tema de importancia, la empresa Mantari Sweater S.A.C afronta sus problemas con todo riesgo que está implicando con respecto al mercado globalizado que se tiene ahora. Hoy, la empresa Mantari Sweater S.A.C está incorporada en mercados altamente competitivos, lo que obliga al cambio e implementar nuevos métodos y herramientas que ayudan a afrontar los problemas propios del contexto económico o simplemente desaparecer. La falta de equipamiento y mano de obra, reducción de la productividad y el incremento de costos son los principales problemas por el cual la empresa atraviesa año tras año. Dentro de este contexto, el tema del valor económico agregado en la empresa Mantari Sweater S.A.C tiene mucha importancia, por lo cual se exige un mayor grado para el análisis de las operaciones. Entonces es necesario profundizar el análisis, más allá de lo tradicional, que busca al generar valor dentro de la empresa para que así tenga éxito en el futuro.

Por otro lado, se amplía el análisis extendiéndose a todos los procesos de la empresa. Lo que se quiere lograr es que se eleve el valor de la empresa, trabajar con el mínimo riesgo y disponer de un nivel adecuado de liquidez.

Ante lo expuesto, surge la necesidad de plantear la pregunta principal que guía esta investigación: ¿Cuál es el porcentaje de crecimiento, o disminución, en la creación de valor por el valor económico agregado en la empresa Mantari Sweater S.A.C, en el período 2015 - 2016?

1.1.2. FORMULACIÓN INTERROGATIVA DEL PROBLEMA

1.1.2.1. PROBLEMA GENERAL

¿Cuál es el porcentaje de crecimiento, o disminución, en la creación de valor por el Valor Económico Agregado en la empresa Mantari Sweater S.A.C, en el período 2015 - 2016?

1.1.2.2. PROBLEMAS ESPECÍFICOS

- ¿Cuál es el porcentaje de crecimiento o disminución del capital invertido en la empresa Mantari Sweater S.A.C, en el periodo 2015 – 2016?
- ¿Cuál es el porcentaje de crecimiento o disminución del costo promedio ponderado del capital (CPPC) en la empresa Mantari Sweater S.A.C, en el período 2015-2016?
- ¿Cuál es el porcentaje de crecimiento o disminución de la utilidad antes de intereses y después de impuestos (UAIDI) en la empresa Mantari Sweater S.A.C, en el período 2015-2016?

1.2. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.2.1. OBJETIVO GENERAL

Determinar el porcentaje de crecimiento, o disminución, en la creación de valor por el Valor Económico Agregado en la empresa Mantari Sweater S.A.C, en el período 2015 - 2016.

1.2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Determinar el porcentaje de crecimiento, o disminución, del capital invertido en la empresa Mantari Sweater S.A.C, en el periodo 2015 – 2016.
- Determinar el porcentaje de crecimiento, o disminución, del costo promedio ponderado del capital (CPPC) en la empresa Mantari Sweater S.A.C, en el período 2015-2016.
- Determinar el porcentaje de crecimiento, o disminución de la utilidad antes de intereses y después de impuestos (UAIDI) en la empresa Mantari Sweater S.A.C, en el período 2015-2016

1.3. JUSTIFICACIÓN

El presente trabajo de investigación ayudará a determinar la creación de valor mediante el indicador del valor económico agregado en la empresa Mantari Sweater S.A.C.

Así mismo ayudará para analizar en qué aspectos la empresa está teniendo un mal manejo en la elaboración de los Estados Financieros y ocasiona de que no genere valor económico agregado. El análisis del EVA permitirá que la entidad económica cumpla sus objetivos de carácter económico – financiero como : aumentar el valor de la empresa , y por lo tanto , la riqueza de los accionistas ; trabajar con el mínimo riesgo y que pueda disponer de niveles óptimos de liquidez ; así como optimizar el crecimiento de la empresa en el mercado, teniendo como consecuencia que la entidad pueda crecer y gracias a ella, ser más competitiva con respecto a las demás empresas de su sector, ofreciendo mejores servicios en la calidad y de forma interna, llevar un manejo adecuado de la gestión de los recursos , así como aspectos de mejora en las finanzas y contabilidad para tener una correcta toma de decisiones.

A. Justificación Académica

La presente investigación se realiza debido a que, el mercado globalizado nos detalla notables cambios y muy decisivos para la economía de nuestro país, por lo tanto, debido a esto se determina que existan mayores niveles de competencia entre distintas empresas para la creación de valor, por ello es de vital importancia analizar el valor económico agregado para un mejor análisis de creación de valor dentro de una empresa. En tal sentido, la presente tesis se realizó para contribuir al avance de conocimientos sobre la problemática en mención y por ende continuar con las investigaciones en el ámbito de las finanzas y contabilidad para tener una correcta toma de decisiones. De igual manera, la presente investigación coadyuvará a la obtención del título profesional, el mismo que sustentado, servirá de fuente de información a toda la comunidad universitaria en distintos ámbitos.

B. Justificación Económica

Los directos beneficiarios son los accionistas de la empresa Mantari Sweater. El beneficio es que conocerán el estado de situación real de la empresa. Al brindar un estudio sobre el valor agregado en la creación de valor de la empresa, los dueños serán los directos beneficiarios. Al brindar esta información de manera adecuada y

oportuna, los accionistas se sentirán satisfechos y por tanto se incrementará la inversión en activos necesarios para incrementar la producción. Al incrementarse la demanda, se incrementarán las ventas, lo que conlleva a obtener mayores utilidades para los accionistas.

C. Justificación Social

La investigación planteada contribuirá a generar un modelo para entender el valor económico agregado en la creación de valor en la empresa Mantari Sweater en el período 2015-2016, provincia de Huancayo. Servirá como modelo para las otras empresas del sector, además propondrá un como marco teórico de referencia para otras investigaciones que guardan relación con las variables de estudio.

1.4. IMPORTANCIA DE LA INVESTIGACIÓN

La importancia de la presente investigación contribuirá en lo académico, profesional y empresarial al tema de finanzas, ya que el valor económico agregado medirá el porcentaje de creación de valor en la empresa Mantari Sweater S.A.C.

Asimismo el EVA, como un indicador, actualmente es importante para medir la gestión de los directivos en las empresas y así poder determinar si se está creando o destruyendo valor con la finalidad de evaluar si los recursos invertidos se están manejando de acuerdo a las expectativas que poseen los accionistas, socios o propietarios del negocio.

1.5. ALCANCES DE LA INVESTIGACIÓN

A. Alcance temporal

Abarcará el período 2016-2018.

B. Alcance geográfico

Abarca los estados financieros de los períodos económicos a partir de su funcionamiento de la empresa Mantari Sweater S.A.C.

1.6. DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

A. Delimitación temporal

El trabajo de investigación se desarrolla en el período 2017.

B. Delimitación geográfica

La investigación abarca a los estados financieros de la empresa Mantari Sweater S.A.C de los períodos económicos 2015-2016.

1.7. LIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN

A. Limitación temporal

Si bien es cierto se puede realizar el trabajo de investigación en todas las empresas del sector textil del país, pero por motivos de tiempo se realizará en la empresa Mantari Sweater S.A.C.

B. Limitación económica

Desarrollar la presente investigación en todas las empresas industriales de la región Junín, tendría un costo muy elevado. Por lo fundamentado solo se está desarrollando en la empresa Mantari Sweater S.A.C.

C. Limitación de información

Si bien es cierto que el investigador no maneja la información de la empresa Mantari Sweater S.A.C, el resultado de la tesis se verifica con los estados financieros de los períodos económicos 2015 – 2016.

1.8. HIPÓTESIS FUNDAMENTACIÓN

1.8.1. HIPÓTESIS GENERAL

El valor económico agregado presenta un porcentaje de crecimiento en la creación de valor de la empresa Mantari Sweater S.A.C., en el período 2015 - 2016.

1.8.2. HIPÓTESIS ESPECÍFICAS

- El capital invertido presenta un porcentaje de crecimiento en la empresa Mantari Sweater S.A.C., en el período 2015 -2016.
- El costo promedio ponderado de capital (CPCC) presenta un porcentaje de crecimiento en la empresa Mantari Sweater S.A.C., en el período 2015 -2016.
- La utilidad antes de intereses y después de impuestos (UAIDI) presenta un porcentaje de crecimiento en la empresa Mantari Sweater S.A.C., en el período 2015 -2016.

1.9. VARIABLES

1.9.1. IDENTIFICACIÓN DE LAS VARIABLES

- **Variable independiente**
Valor Económico Agregado
- **Variable dependiente**
Creación de valor

1.9.2. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Título De La Tesis: “El Valor Económico Agregado en la creación de valor de la empresa Mantari Sweater S.A.C, el período 2015 – 2016”

TABLA 1: Cuadro de Operacionalización de variables

VARIABLES	INDICADORES
Valor económico agregado	Capital Invertido
	Costo Promedio Ponderado de Capital (CPCC)
	Utilidad Antes de Intereses y Después de Impuestos (UAIDI)

	Retorno sobre la Inversión (ROI)
Creación de Valor	Costo de los Recursos Empleados
	Rentabilidad Superior

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. ANTECEDENTES DEL PROBLEMA

Al haber hecho una revisión de diferentes referencias que guarden una estrecha relación con el título de investigación, se menciona a continuación algunos trabajos encontrados cuyos aportes son de gran importancia.

- A. Chávez, J. (2013). "La performance del valor económico agregado (E.V.A.) y su distorsión ante las fluctuaciones de las tasas de interés contraídas por deudas, año 2013". Universidad Mayor de San Marcos, Lima, Perú. El presente trabajo de investigación tuvo como principal planteamiento la evaluación y medición del valor económico agregado generado por la empresa que analiza la tesis, en la que explicó en qué medida las fluctuaciones de las tasas de interés variables contraídas por deudas provocan una distorsión en el valor económico agregado; explica las técnicas de procesamiento de datos, técnicas de análisis de datos no probabilística muestra intencional, técnica estadística aplicada es igual el de asociación y correlación, se determinó un alto grado de correlación. La prueba de hipótesis consiste en las fluctuaciones de las tasas de interés por deudas contraídas al no ajustarse en el indicador financiero E.V.A. originando así una distorsión del valor generado afectando la riqueza creada por la compañía.

Como conclusiones en la tesis de investigación considera el de tomar todos los recursos que están siendo utilizados para que la entidad económica pueda funcionar y todos ellos tienen un costo de financiamiento, como recomendación se planteó el de efectuar un ajuste a la utilidad antes de intereses y después de

impuestos cuando la tasa de interés presente variaciones, por no tener relación con un aumento y/o disminución de la gestión realizada por los impulsores del valor.

Aporte: El presente trabajo de investigación es un antecedente muy significativo para la presente investigación, debido a que tiene como objeto de estudio una variable mencionada, los resultados de dicha investigación servirán como sustento para apoyar, mejorar y ampliar los conocimientos e hipótesis formuladas en este trabajo. Cabe mencionar que con un antecedente como la presente, se tiene un respaldo significativo para la formulación de las hipótesis generales y específicas; en este papel importante el valor económico agregado, se considera como una herramienta muy significativa para poder evaluar la empresa y al mismo tiempo nos permite conocer cuál es el método no estadístico correcto ya que el trabajo de investigación es de estudio descriptivo; como conclusión se aprecia que gracias a esta útil herramienta se llegó a una solución para mejorar la gestión realizada por los impulsores del valor.

- B. Vidarte, H. F. (2016), "Procedimiento y aplicación del Modelo Eva para el análisis de la rentabilidad en una empresa de transporte terrestre de carga en la Ciudad Lambayeque, en el año 2012 - 2013". Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, Lambayeque, Perú. El presente estudio de investigación tuvo como propósito la creación de procedimientos de ajuste de los activos para la utilización del modelo EVA (valor económico agregado) en una empresa de transporte terrestre de carga durante los períodos 2012-2013, en la región Lambayeque, la finalidad de dicha investigación fue el de mostrar opciones para un adecuado manejo en la toma de decisiones en cuanto a la inversión que decida adoptar la administración. La investigación fue de carácter descriptiva con un diseño basado en el análisis documental de estados financieros y su respectivo análisis de las cuentas de los activos más representativos para determinar su influencia en la rentabilidad de una empresa.

La población y muestra estuvo integrada por la empresa de transporte terrestre de carga para la realización de la investigación, en la que se aplicó el modelo EVA, a través de la aplicación de ajustes y análisis de cuentas contables más relevantes de los estados financieros (Estado de Situación Financiera y Estado

de Resultados), se plasmaron cálculos que permitieron determinar la aplicación del modelo a investigar.

En la tesis de investigación explica que en los últimos años, numerosos países del ámbito iberoamericano están realizando reformas en sus sistemas de información contable pública, con la intención de mejorarlos. Aunque los cambios que se operan, por lo general, toman como punto de referencia la base de devengo, se siguen encontrando bastantes discrepancias en sus prácticas contables. No obstante, esta situación podría modificarse, ya que por primera vez un organismo internacional como es la Federación Internacional de Contadores (IFAC) ha emitido una serie oficial de normas para la elaboración de informes financieros de entidades públicas que, en el caso de ser adoptadas, podrían contribuir activamente a la armonización contable.

Aporte: El presente trabajo de investigación es un antecedente muy significativo para la presente investigación, debido a que tiene como objeto de estudio una variable mencionada, los resultados de dicha investigación tienen un buen aporte para la investigación puesto que tiene como propósito la creación de procedimientos de ajuste de los activos para la utilización del modelo EVA, lo cual ayudó a brindar información útil para un adecuado manejo en la toma de decisiones en cuanto a la inversión que decida adoptar la administración; dicha investigación ayuda a seleccionar el método que se va a utilizar para poder analizar los datos, también la técnica documental y análisis de los estados financieros.

- C. Estrada, E. A (2012). **“Modelo de Creación de Valor para la Rentabilidad de la Empresa Cementos Perú S.A.A, en el año 2012”**. Tesis para obtener el grado de Master en Diseño, Gestión y Dirección de Proyectos en la fundación Iberoamericana Trujillo. El presente estudio de investigación tuvo como objetivo principal proponer la mejora de la administración de creación de valor en la Empresa Cementos Perú S.A.A., sustentada en el enfoque de gerencia basada en el valor (VBM) y en el valor económico agregado (EVA). Para el análisis del problema que existió en la investigación, se contó con una serie de mecanismos y herramientas de evaluación para el análisis económico y financiero, tales como el beneficio económico, el valor actual neto (VAN), el valor económico agregado (EVA), el valor de mercado agregado (VMA), métodos de valoración empresarial, entre otros. Asimismo se dispuso de varios modelos, como el flujo de caja

descontado (DCF), de Briggs & Stratton para la creación de valor, de valoración de activos de capital (CAPM), el de retorno de capital invertido (ROIC), el de costo ponderado de capital (WACC), y por otro lado mecanismos que evalúen y realicen el diagnóstico en la organización como el análisis del entorno constituido por el análisis del sector, competitivo, PESTC, y matriz de factores externos, luego el análisis interno y la matriz de evaluación de factores internos y finalmente la matriz FODA estratégica. La metodología se desarrolló de nivel descriptivo, en el cual fueron analizados cada uno de los modelos de creación de valor que ofrezcan un mejor manejo para la empresa cementera, se desarrollan para tal efecto, técnicas de recolección de información, de observación y aplicación de encuestas. El método deductivo fue usado para obtener el conjunto de conocimientos y supuestos sobre fuentes de información primaria y secundaria. Los resultados del estudio indicaron que la empresa tuvo una adecuada posición de competencia en el mercado, y su nivel de desarrollo organizacional, para llevar adelante las estrategias de creación de valor, ostenta una elevada capacidad interna orientada a una cultura de consolidación del modelo de Gerencia basada en el valor. En conclusión, la presente investigación mostró que el modelo de creación de valor propuesto para la empresa de Cementos Perú funciona correctamente para generar valor para los inversionistas y demás grupos de interés.

Aporte: El mencionado trabajo de investigación, propone una serie de mecanismos y herramientas de evaluación para el análisis económico y financiero, tales como el valor económico agregado y mecanismos que evalúen y realicen el diagnóstico en la organización como el análisis del entorno constituido por el análisis del sector lo cual ayudo a la presente investigación en tomar un modelo de creación de valor propuesto para la empresa la cual funciona correctamente para generar valor para los inversionistas y demás grupos de interés.

- D. Pacheco, R. R (2009). **“El EVA y la creación de valor en las empresas, en el año 2009”**. Tesis para obtener el grado de Doctor en Economía en la Universidad Nacional Mayor de San Marcos. La presente investigación hizo referencia como problema principal que en el período de análisis, las compañías productivas que cotizan o invierten en la Bolsa de Valores han mostrado resultados económicos favorables presentados en sus estados financieros de Situación Financiera y de Resultados. Esto indicó que su contribución al

crecimiento económico del sector económico al cual pertenece, no es muy significativo. Como objetivo general de la investigación fue el de determinar si las principales empresas que operan en el Perú y que están cotizando en la Bolsa de Valores han generado valor para los inversionistas y para la los dueños de la propia empresa. Así como si aportan al crecimiento económico del sector en el que se encuentran.

El estudio de investigación al inicio fue exploratorio y descriptivo pero luego para el análisis de todas las variables terminó siendo un estudio correlacional y explicativo. En ambas etapas fue una investigación no experimental.

Como conclusiones de la presente investigación en el sector minero, de las diez primeras empresas que cotizan en bolsa, sólo dos empresas están generando valor económico en todo el periodo de análisis (1,999 – 2,003). Las otras, en algunos años, tienen EVA negativo lo que indica que no tienen valor económico agregado cuando esta situación ocurre. Se demostró en la hipótesis que la creación de valor de las principales empresas que cotizan en Bolsa no repercutió significativamente en el crecimiento y desarrollo del sector productivo al que pertenecen. Esta situación también se aprecia en el subsector de alimentos, bebidas y tabaco. Las principales empresas que cotizan en Bolsa no están todas ellas generando valor económico, pese a que en algunos casos se aprecia un incremento de su patrimonio y sus activos. Las empresas que cotizan en Bolsa y están creando valor económico no necesariamente mejoraron el valor de sus acciones en el mercado. Las recomendaciones fueron las siguientes: Para que las empresas que cotizan en Bolsa mejoren su situación como generadoras de valor económico, debieron incrementar sus utilidades operativas, racionalizar sus inversiones en activos que generen mayor rendimiento y mejorar el costo promedio ponderado del capital. Las empresas peruanas deben utilizar el EVA, como herramienta de planeamiento empresarial para generar valor económico y contribuir al crecimiento económico del país. Empresas a nivel mundial como Coca Cola, Siemens, ATT, Marriot, entre otras utilizan el valor económico agregado (EVA), como una herramienta para optimizar la gestión empresarial y aumentar la riqueza que generan. Como recomendación de la presente tesis se planteó hacer otra investigación con un estudio de tipo correlacional y explicativo para plantear un modelo más elaborado que el de regresión lineal simple, que explique la contribución de la creación de valor económico de las empresas al crecimiento económico del sector y del país.

Aporte: La presente tesis es un antecedente muy significativo para la presente investigación, debido a que tiene como objeto de estudio las dos variables mencionadas, los resultados de dicha investigación servirán como sustento para apoyar, mejorar y ampliar los conocimientos e hipótesis formuladas en este trabajo. Cabe mencionar que con un antecedente como la presente, se tiene un respaldo significativo para la formulación de las hipótesis generales y específicas; dicha investigación da a conocer una información significativa la cual muestra que la creación de valor de las principales empresas que cotizan en Bolsa no repercute significativamente en el crecimiento y desarrollo, por lo que la utilización de una herramienta muy importante, como es el valor económico agregado, ayuda en el crecimiento de la empresa y las empresas peruanas deben utilizar el EVA, como herramienta de planeamiento empresarial para generar valor económico y contribuir al crecimiento económico del país.

- E. Rafael, B (2009). "Optimización de la Gestión Financiera Y Organizacional mediante el uso del Valor Económico Agregado (Eva) en una Empresa Inmobiliaria, en el año 2009". Tesis para obtener la maestría en Administración Financiera, en la Universidad de San Carlos en Guatemala. En la presente investigación se planteó el problema de la importancia del uso del Valor Económico Agregado en una inmobiliaria para la optimización de la gestión financiera y organizacional , el resultado obtenido del EVA en Casas Habitacionales, S.A, reflejó la necesidad de nuevas estrategias o mejorar las ya existentes, dado que demuestra la falta o uso inadecuado de los recursos invertidos por los accionistas, con lo cual se puede mantener el principal objetivo de las empresas, que era el de incrementar su máximo valor de la entidad y por lo tanto que se eleven las acciones que conforman el capital social, que permita un crecimiento equilibrado y un nivel adecuado de liquidez para hacer frente a los diversos compromisos de pago y aprovechamiento de los recursos que poseen.

En la tesis mencionada se concluye que el uso del valor económico agregado (EVA), evidenció la no creación de valor en dicha empresa, y que la utilidad operacional no es capaz para poder cubrir los costos del capital invertido, por consiguiente, este resultado puede generar una base para el establecimiento de estrategias y estructuras para el incremento del valor de la entidad económica y utilidades y por consiguiente optimizar el desempeño financiero y organizacional.

Aporte: El mencionado trabajo de investigación, reflejó la necesidad de nuevas estrategias o mejorar las ya existentes, puesto que gracias a la herramienta valor económico agregado se pudo encontrar la falta y uso inadecuado de los recursos invertidos por los accionistas, por lo que se llegó a una conclusión, la cual sirvió para generar la creación de estrategias y estructuras para poder incrementar el valor económico de la entidad como sus utilidades y optimizar el desempeño financiero organizacional.

- F. Orjuela, E. F. (2007). "Cálculo del Indicador de Valor Económico Agregado (EVA) de los operadores de Telefonía Móvil". Tesis publicada para obtener el grado de Título de Economista de la Universidad de la Salle, en la Facultad de Economía. Como problema general de dicha tesis fue el de determinar el indicador de valor económico agregado (EVA) el cual permite conocer la creación o no de Valor para los socios en el contexto de los operadores de telefonía móvil en Colombia.

En la tesis se mostró dos valores agregados de vital importancia que vale la pena resaltar , primero, el estudio, análisis e interpretación del indicador de valor económico agregado (EVA), el cual tuvo mucho impacto y es de mucha importancia en diferentes empresas y sectores, pero que en Colombia no ha sido lo suficientemente extendido o divulgado para que estos lo implanten y utilicen como un mecanismo para identificar los factores que no se alinean a los resultados que se espera lograr ; y el segundo, es la interpretación del Indicador EVA como mecanismo de medición para conocer el valor generado en el sector de la telefonía móvil celular como objetivo principal de esta investigación.

En cumplimiento del objetivo general planteado en la investigación, se obtuvo el valor del EVA para cada una de las compañías y para los 4 años teniendo en cuenta un costo de capital calculado bajo los lineamientos del efecto deductivo de los intereses pagados en el aspecto fiscal de la compañía.

Finalmente se puede concluir que las empresas objeto de estudio sí destruyeron valor para sus accionistas en los cuatro años estudiados, sin embargo el alto endeudamiento no fue un factor determinante en este resultado, pues, como se pudo apreciar en el efecto del escudo tributario, de no ser por la deducción del costo asociado a la deuda en el cálculo de los impuestos la destrucción pudo haber sido mayor por el efecto en el costo de capital.

Aporte: La mencionada tesis es un antecedente importante en la presente investigación, debido a que tiene como objeto de estudio del análisis e interpretación del indicador de valor económico agregado (EVA), el cual tuvo un impacto positivo en la empresa y otros sectores puesto que ayudó a la identificación de los factores que no se alínean a los resultados que se espera lograr; también la interpretación del Indicador EVA como mecanismo de medición para conocer el valor generado en el sector; lo cual demuestra que el valor económico agregado, como herramienta, ayuda a las empresas a identificar si están destruyendo o creando valor, tanto como empresa, como en el sector en el que se encuentre.

- G. Rodríguez Ocampo. J. F. (2010). **“Análisis de la relación valor de mercado de las empresas del sector real colombiano y el EVA”** en el año 2010, para obtener el grado académico de Finanzas en la Universidad ICESE, Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas, Cali-Colombia, este trabajo de investigación tuvo como objetivo principal el de estudiar la relación que existe entre el indicador EVA y el valor de mercado de empresas del sector real que cotizan en la bolsa de Colombia en el período 2003 – 2008 . Asimismo para efectos de una comparación se analizó la correlación con respecto a otros indicadores relacionados con las variables NOPAT , ROA Y ROE.

Los resultados nos indicaron que para la muestra que estaba siendo estudiada sí existía una relación directamente proporcional del EVA y el NOAT, siendo así mayor la relación del EVA cuando se hace una diferenciación entre EVAS positivos y EVAS negativos. Es decir que el uso del EVA en la investigación indicó que es un mecanismo que se encontraba relacionado con el valor de mercado en las distintas empresas a diferencia de otros indicadores que existen como el ROA y el ROE que son indicadores tradicionales donde se detalla que no presentaron ningún tipo de relación .

Aporte: El mencionado trabajo de investigación, hizo una comparación entre EVAS positivos y EVAS negativos la cual reflejó la relación que existe entre el indicador EVA tanto en el valor de mercado de empresas del sector real que cotizan en la bolsa de Colombia.

2.2. BASES TEÓRICO – CIENTÍFICAS

En el desarrollo de la presente investigación, se han puesto a consideración conceptos, teorías y definiciones vertidos por distintos autores de cuyos planteamientos se ha tomado debida nota para así enriquecer el trabajo de investigación.

2.2.1. VALOR ECONÓMICO AGREGADO

Según Marshall, A. (1890) quien fue el primer filósofo que expresó por primera vez que significa el EVA, en su obra "The Principles of Economics" en el cual nos explica que: "Cuando un ser humano se encuentra involucrado con su empresa, compañía, negocio; sus riquezas generadas para ese año son el excedente de los ingresos que ha recibido de su empresa durante al año sobre sus gastos en la empresa. La diferencia entre el valor de los inmuebles, maquinarias y equipos, las existencias, etc., al finalizar y al iniciar el año, es ocupada como parte de sus ingresos o como parte de sus gastos, de acuerdo a si se ha presentado un crecimiento o una baja del valor. Al finalizar, lo que queda de sus utilidades después de deducir los intereses sobre el costo de capital (Costo Promedio Ponderado de Capital), es llamado generalmente su beneficio por emprender a administrar".

Según Peter Drucker **"Mientras que un negocio tenga un rendimiento inferior a su costo de capital, operará a pérdidas.** No importa que pague impuestos como si tuviera una ganancia real. La empresa aún deja un beneficio económico menor a los recursos que devora... mientras esto suceda no crea riqueza, la destruye".

2.2.2. BASES TEÓRICAS DE CREACIÓN DE VALOR

La definición de valor nos resulta complicado ya que se ha generado muchos debates sobre el significado verdadero de valor.

Empezando así como bases teóricas de valor, iniciaremos desde las teorías del valor más antiguas.

Platón en su Escuela del saber nos explica que "Todas las cosas siempre tiene un valor en sí, como una acción independientemente de quien los esté observando o se encuentren analizándolo" en oposición a lo que plantea el

filósofo Platón, Aristóteles nos dice: “Que el valor de las cosas lo establece el interés, la atracción que existe por ellos”.

Aristóteles (384-322 A.C.) se le atribuye como la primera persona que reflexiona sobre el concepto de valor, dando énfasis en las distintas maneras de adquirir bienes que tienen las personas, una de las cuales es el intercambio. Es el primero en distinguir entre el valor de uso y el valor de cambio como se observa en la siguiente cita:

“Toda propiedad tiene dos usos que le pertenecen esencialmente, aunque no de la misma manera: el uno es especial a la cosa, el otro no lo es. Un zapato puede a la vez servir para calzar el pie o para verificar un cambio. Por lo menos puede hacerse de él este doble uso. El que cambia un zapato por dinero o por alimentos con otro que tiene necesidad de él, emplea bien este zapato en tanto que tal, pero no según su propio uso, porque no había sido hecho para el cambio.”

En cambio para Stuart, J. (1943) la teoría del valor, explicó que es el producto de la oferta y la demanda, y siendo así aquél sea indispensable para crear un mercado para la oferta que ya existe. El objetivo de generar valor para los inversionistas, que tiene como fin último incrementar al máximo su riqueza generada. Este objetivo en resumen es los objetivos económico-financieros que están relacionado con la rentabilidad, la liquidez, la estructura de financiación y el riesgo, pues todos los objetivos mencionados colaboran a que se cumpla.

2.3. MARCO CONCEPTUAL

2.3.1. VALOR ECONÓMICO AGREGADO

A. Definición

Peter Drucker (1999) citado en Martin, J. y J. Petty, W (2001) fundamentó que el Valor Económico Agregado (EVA) es un mecanismo que permite calcular y evaluar la riqueza generada por la empresa, teniendo en cuenta el nivel de riesgo con el que opera. Por tanto, se trata de un indicador orientado a la integración, puesto que considera los objetivos principales de la empresa. Además, aporta elementos para que los stakeholders puedan tomar decisiones más adecuadas con más conocimiento de causa.

Para Apaza Meza, Mario (2007) nos explica que el Valor Económico Agregado (EVA) que es la “verdadera creación de valor”, se explica que el concepto EVA permite evaluar la generación de valor del negocio y constituye una herramienta gerencial clave para:

- La planeación estratégica.
- La toma de decisiones cotidianas.
- La evaluación del desempeño por área de responsabilidad.

El EVA (marca registrada de Stern Stewart & Co.) es una estimación del monto de las ganancias que difieren de la tasa de rentabilidad mínima requerida (contra inversiones de riesgo parecido) para los accionistas o acreedores; siendo la diferencia entre la creación de valor o la destrucción de valor. En consecuencia, podemos inferir a las políticas contables gubernamentales como las principales, bases, normas y reglas que definen el tratamiento y reconocimiento de las diversas transacciones que realizan las entidades del sector público para la elaboración y presentación de los estados financieros y revelaciones adicionales en notas a estos.

B. Importancia y relevancia del concepto

Según Martín, J. (2001) nos explica la importancia y la relevancia del concepto del EVA detallándose lo siguiente:

- Se puede aplicar a distintos niveles dentro de una organización: departamentos, divisiones, unidades de negocios, para saber si alguna está subsidiando (en riesgo y/o flujo de caja) a otra.
- El enfoque de EVA sirve para crear negocios que presenten un valor económico agregado alto, frente al costo de capital exigido.
- Se utiliza como un estímulo al alta y media gerencia para crear valor dentro de las corporaciones más allá del límite mínimo esperado por el riesgo en el cual se incurre”.

C. Objetivos Generales

Según Amat, O (1999) propone como siguientes objetivo generales:

- Puede ser calculado para cualquier compañía, empresa y no solo para los que cotizan en bolsa de valores.
- Puede ser aplicado tanto a un conjunto de una entidad como a cualquiera de sus distintas áreas (unidades de negocios, recursos humanos, etc.)
- Considera el riesgo en que se encuentra operando.
- Ser fidedigno y veraz cuando se comparen los resultados de varias entidades.

D. Objetivos Específicos

El EVA busca solucionar los inconvenientes y poder así cubrir vacíos que tienen los indicadores tradicionales (Amat, 1999; Young, 2001; Stern, 2002):

- Implementar en cualquier tipo de entidad (pequeña, mediana o transnacional) que se encuentra cotizando o no, en la bolsa de valores.
- Aplicar tanto a una corporación, como a una de las partes que tenga (centro de responsabilidad, unidades de negocio, filiales).
- Establecer metas dentro de la organización.
- Medir el desempeño de la entidad como la de sus colaboradores. “La innovación en los productos y servicios a la medida del cliente, preparados por colaboradores con elevada preparación profesional, constituyendo así una fuente crítica de creación de valor que cada vez cobra mayor importancia” (Rappaport, 2006).
- Enriquecer y mejorar una adecuada comunicación entre los inversionistas y accionistas de la empresa. El modelo de las partes involucradas: en el original, stakeholders, es decir, partes interesadas en las actividades, operacionales y resultados de la empresa.
- Motivar a distintos niveles gerenciales. “Hay al menos cuatro factores que impulsarán a los directivos a adoptar una orientación en pro de los accionistas: una posición relativamente sustancial en la propiedad de la empresa, una remuneración vinculada al comportamiento del rendimiento del accionista, la amenaza de absorción por parte de otra empresa, grupo u organización, y mercados de trabajo competitivos para los directores de grandes empresas.” Rappaport, (2006).

- **Cálculo del Valor Económico Agregado**

Según Brigham, E., Houston (2013), lo define como:

- A. $EVA = NOPAT - WACC * CAPITAL \text{ OPERATIVO}$
- B. $NOPAT = \text{Net Operating Profit After Taxes o flujo de caja libre (Operativo)}$
Beneficio neto antes de interés y después de impuestos
- C. $WACC = \text{Weighted Average Cost of Capital o Costo promedio ponderado de capital}$
- D. $Si ROI = NOPAT / CAPITAL$
- E. $EVA = (ROI - WACC) * CAPITAL$

- **Interpretación**

Según, Amat, O (1999) nos explicó que a partir de la información que se obtiene como resultado por el cálculo del EVA, el principal análisis e interpretación que se puede ver es que si la empresa se encuentra generando valor o es destructora de valor. Para poder empezar este primer análisis a la interpretación de este indicador que es el valor económico agregado (EVA), es de vital importancia identificar que una entidad económica no está generando valor por el hecho de generar resultados económicos positivos, es decir, es de importancia poder determinar la expectativa del socio o del inversionista, el cual como único fin y primordial de la empresa.

Para un socio o inversionista, dos entidades pueden tener utilidades o resultados económico positivos, pero para una empresa va a ser más atractiva aquella que maneje de manera más adecuada y eficiente su capital y sus deudas, ya que estos dos elementos primordiales pueden comprometer los resultados futuros que quiere lograr la empresa.

En base a este objetivo, las compañías se pueden clasificar en creadoras de valor y destructoras de valor. Si al finalizar el resultado que se obtuvo del EVA es negativo, la empresa ha destruido valor, es decir los resultados económicos que la empresa ha obtenido no cubre el costo relacionado al capital; si el EVA es positivo nos muestra que es generadora de valor, explicando así que la rentabilidad que se obtuvo es superior a los costos de los recursos que están siendo empleados en la empresa.

Esto nos explica que el EVA es el valor que se encuentra por encima del costo de oportunidad de capital (CPPC), el cual se obtiene mediante las actividades económicas que realiza una empresa, y que gracias al capital invertido en dicha operación por los inversionistas o socios.

- A. Si el EVA > 0 , no sólo se genera riqueza o ganancias, sino que es una riqueza por encima del riesgo que se está asumiendo.
- B. Si el EVA < 0 , puede que produzca ganancia, pero es una riqueza por debajo del riesgo en el cual se incurre.

- **Estrategias para aumentar el EVA**

Según Stern, Shiely y Ross (2001), identifican las estrategias para aumentar el EVA en el cual ellos lo detallan a las estrategias como "Tópicos a tomar en cuenta en el EVA." Sin embargo, son algunos de los objetivos primordiales en la creación de valor del Negocio, así como ciertas particularidades que son de vital importancia para la consecución de estrategias para incrementar el EVA.

De acuerdo a las variables utilizadas por el EVA:

Amat, O. (1999) en su libro EVA, Valor Económico Agregado, cita estrategias básicas que permiten aumentar el EVA en una empresa o departamento:

- A. Mejorar la eficiencia de los activos actuales. Consiste en aumentar el rendimiento de sus activos sin invertir más. El objetivo principal es aumentar el nivel de las ventas por vía aumento de precio o disminución de costos, o implementar simultáneamente las dos estrategias lo cual generará un mayor nivel de ingresos.
- B. Disminución de la carga fiscal. Esta disminución se puede obtener por medio de la identificación de las partidas que generan gravamen fiscal y disminuirlas dentro de la operación, así como determinar aquellas que generan exención de impuestos
- C. Aumentar las inversiones en los activos que rindan por encima del costo del pasivo. El incremento de la utilidad superará el costo de su financiación, haciendo que aumente el EVA.
- D. Reducir activos manteniendo el UAIDI (Utilidad antes de intereses después de impuestos). Consiste en identificar los activos que están generando un costo alto a la compañía, de esta manera estos costos se trasladan como gastos que no son fijos, manteniendo la utilidad pero disminuyendo el costo de los activos aumentando el EVA.

- E. Medidas como la implementación del Justo a Tiempo, orientadas a disminuir inventarios, optimizar la producción, producir solo lo que se necesita, etc.

- **Capital invertido**

De Fernández, P (2001) postula que al hablar del capital invertido son las posesiones que conforman el activo de una empresa, de forma general se refleja al desembolso realizado por los accionistas para iniciar en la creación de una empresa y al capital adicional realizadas durante su actividad.

Una entidad económica para respaldar sus necesidades de capital puede responder a dos fuentes básicas de recursos financieros: deuda y capital propio. La deuda es básicamente usada por capital de terceros (en especial proveedores y entidades financieras), y el capital propio que es el aporte de los inversionistas, accionistas o socios. En ambos casos los recursos tienen un costo para la empresa, el cual es expresado en términos de tasa de interés.

- **Costo promedio ponderado de capital**

Forsyth Alarco, J. A. (2006) define el costo de capital como la rentabilidad mínima exigida por los inversionistas de un proyecto o empresa, la cual se determina tomando como referencia la rentabilidad y riesgo similar de otras alternativas de inversión.

Así mismo Van Horne, J. C. (2010) dice que el costo de capital es la tasa de rendimiento requerida sobre los diferentes tipos de financiamiento y que el costo total de capital es un costo promedio ponderado de las tasas de rendimiento requeridas individualmente.

Por otro lado Tong, J. (2013) precisa que se identifica con el término de costo de capital al costo de obtener financiamiento y que en general una empresa tiene a disposición dos clases de fuentes de financiamiento: deuda y aporte o capital propio (patrimonio). Según Amat (1999): "El costo promedio de capital, es el costo promedio de toda la financiación que ha obtenido la empresa. La empresa necesita obtener financiación para sus inversiones, la cual puede ser interna o externa. Toda financiación, incluido el capital social aportado por los accionistas o la autofinanciación, tiene un costo. Precisamente, uno de los objetivos que debe alcanzar la política financiera de la empresa es que el costo medio de todas las fuentes de financiación sea lo más reducido posible. Este

costo medio se denomina costo de capital y se obtiene con base en la medida ponderada del costo de todos los elementos del capital de la empresa” (p. 73).

$$CPPC = Kd \times (\text{pasivo/activo}) \times (1 - t) + Kc \times (\text{patrimonio} / \text{activo})$$

Kd: Costo de la Deuda.

Kc: Costo de Capital Propio.

- **Utilidad Antes de Intereses y Después de Impuestos (UAIDI)**

Amat, O. (1 999) sostiene que el UAIDI es una de las tres grandes variables que inciden en el EVA que genera una empresa y, sin duda, una de las formas de aumentar este valor para los accionistas es incrementándolo (p.40).

Así mismo explica que las utilidades de las actividades ordinarias antes de intereses y después de impuestos (UAIDI) excluyen las utilidades extraordinarias para centrarse en las que son consecuencia de la actividad típica de la empresa y cuyo cálculo se puede obtener a partir de la utilidad neta incorporando los gastos financieros y restando las utilidades extraordinarias, en caso que hayan pérdidas extraordinarias, éstas se sumarán a dicha utilidad. La utilidad antes de impuestos es aquella que se descuenta todo concepto operativo y financiero, a la que sólo le falta la aplicación de los impuestos para proceder a ser distribuida.

Cuando se determina la utilidad de una empresa, el último concepto que se aplica es el de los impuestos.

- **Rentabilidad sobre la Inversión (ROI)**

Según Amat, O. (1999) la rentabilidad del activo o ROI (Return on Inv.) es un indicador muy utilizado en la evaluación de filiales de empresas multinacionales o de unidades de negocio. Se calcula dividiendo la utilidad, antes de intereses e impuestos, generada por los activos utilizados, de ser posible los activos promedios del periodo analizado.

$$ROI = \frac{\text{UTILIDAD ANTES DE INTERESES E IMPUESTOS}}{\text{ACTIVOS TOTALES}}$$

2.3.2. CREACIÓN DE VALOR

Definición

Rappaport, A. (1998) analiza la creación de valor bajo el contexto de una economía de mercado, donde recalca los posibles conflictos que pudieran darse en la relación entre la gerencia y los accionistas. Uno de los conflictos más recurrentes es la promoción individual de intereses por parte de la gerencia expresada en transacciones de mercado que no necesariamente beneficiaran a los accionistas. También afirma que los accionistas carecen de controles para regular la actuación de los gerentes, sin embargo, hay factores importantes que inducen a la gerencia para actuar a favor de los accionistas. Estos factores se basan en la premisa fundamental de que a mayores consecuencias negativas esperadas por los gerentes debido a su comportamiento con los accionistas, reduce de manera importante la probabilidad de que el gerente actúe en contra de los intereses de los accionistas.

Rappaport, A. (1998) establece 3 factores principales que motivan a los gerentes a adoptar una estrategia de negocios orientada hacia la creación de valor:

- Participación de los gerentes en la estructura accionaria de la entidad,
- Compensación atada al rendimiento de los accionistas,
- Competencia en el mercado laboral.

Medidores de creación de valor

Según Shiely, John S.; Stern, Joel M. (2001) , nos explica que para medir la creación de valor en la empresa se parte de tres conceptos básicos:

- Capital empleado,
- Coste de capital y
- Utilidad neta de operación después de impuestos.

Con estos tres elementos lo que se busca es llegar a conocer la “utilidad económica”. También se le conoce a la utilidad económica como EVA (Economic Value Added) o EVA (Valor Económico Agregado), es marca registrada por la firma neoyorquina Stern Stewart.

2.4. DEFINICIÓN DE TÉRMINOS BÁSICOS

2.4.1. EL VALOR ECONÓMICO AGREGADO EN LA CREACIÓN DE VALOR EN LA EMPRESA MANTARI SWEATER S.A.C, EN EL PERÍODO 2015 - 2016.

Esta investigación refiere a analizar el porcentaje de creación de valor al capital invertido en la empresa Mantari Sweater S.A.C. Por otro lado, lo que se busca es que se eleve el valor de la empresa, trabajar con el mínimo riesgo y disponer de un nivel adecuado de liquidez.

2.4.2. VALOR ECONÓMICO AGREGADO

Según Irimia, A. I. (2003), "EVA, es el indicador de creación de valor más popular en la actualidad [...] una medida de beneficio residual que resta el coste de los recursos del beneficio operativo generado en el negocio."

2.4.3. EPS

Según Amat, O. (1 999) , significa las ganancias por acción. Es igual a la utilidad después de impuestos dividida por el número de acciones. Representan el monto en dólares obtenido para cada acción común en circulación, no el monto de ganancias distribuidas realmente a los accionistas.

2.4.4. EBIT

Según Fernández, P. (1999) las siglas EBIT significa utilidad operacional que en el Estado de Resultados lo encontramos en la Utilidad antes de intereses e impuestos.

2.4.5. IR

Según Irimia, A. I. (2003), significa ingreso residual. Es el resultado de restar a la utilidad operacional los costos de capital.

2.4.6. NOWC

Según Arteche, W.; Rozas, W. (1999), significa Capital de trabajo neto. Es la diferencia entre los activos no corrientes y los pasivos corrientes sin tener en cuenta en el cálculo las inversiones y las obligaciones financieras.

2.4.7. ROI

Según Amat, O. (1 999) explicó que el Retorno sobre la Inversion es igual a la utilidad operacional después de impuestos dividida sobre el capital invertido.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

Según Carrasco, (2006). En sentido general, hace mención que, “El método general puede definirse como los modos, las formas, las vías o caminos más adecuados para lograr objetivos previamente definidos” (Pg.269).

3.1. MÉTODO DE LA INVESTIGACIÓN

Julio Sanz, (citado por Carrasco, 2006) menciona que: “El método científico es un conjunto de procedimientos para verificar o refutar hipótesis o proposiciones sobre los hechos o estructuras de la naturaleza” (pg.269) y Torres Bardales (citado por Carrasco, 2006) clasifica al método científico en: Métodos generales, específicos y particulares.

B. Ibañez (1995) menciona que el método científico puede ser entendido como un modelo general de investigación, proceso global y unitario que implica pasos, ello conduce a la consecución de un conocimiento universal válido.

A. Método General

Según Carrasco (2006) menciona que los métodos generales “Se refieren a todos los que se pueden emplear en investigaciones o estudios diversos, es decir se aplican a todas las ciencias en general” (Pg.271).

Considerando la teoría expuesta y la naturaleza científica, el mismo que delínean su uso; la presente investigación ha utilizado el método inductivo – deductivo y el analítico – sintético.

B. Método Especifico

“A diferencia de los generales, solo se emplean para el estudio de una determinada parte de la realidad, analizando las cualidades y conexiones internas de los hechos sociales o naturales” (Carrasco, 2006, pg.272), por lo antes expuesto, el desarrollo de la presente investigación ha empleado el método inferencial y la matematización.

C. Método inferencial

Según Carrasco (2006) menciona que es un método utilizado para inferir acerca de una población basándose en los datos obtenidos a partir de una muestra. Los datos estadísticos son cálculos aritméticos realizados sobre los valores obtenidos en una porción de la población, seleccionada según criterios rigurosos.

Según Levin J. (1979), todos los métodos de investigación científica son lógicos, pero la inducción – deducción son los máximos exponentes de la generalización, por eso se denominan métodos inferenciales. La inducción permite adquirir conocimientos generales a partir de hechos particulares.

Este método permite la formación de hipótesis, investigación de leyes científicas, y las demostraciones. La deducción, a partir de características generales permite obtener conocimientos particulares. La matemática es la ciencia deductiva por excelencia

D. Matematización

Según Levin J. (1979), generaliza el aspecto cuantitativo de los fenómenos, compara las magnitudes medibles y los procesos lógicos que representan la información a través de números. La matematización está constituida por los métodos estadísticos y el cálculo de las probabilidades. Los métodos estadísticos se ocupan de las técnicas y procesos estadísticos con la finalidad de probar las hipótesis; el cálculo de probabilidades es el conjunto de reglas que permiten calcular las probabilidades que existen para que ocurra un fenómeno.

3.2. CONFIGURACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

3.2.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN

Con respecto a la investigación aplicada, Carrasco (2006), menciona que: “Esta investigación se distingue por tener propósitos prácticos inmediatos bien

definidos, es decir, se investiga para actuar, transformar, modificar o producir cambios en un determinado sector de la realidad". Por lo precitado, y observando las características de la presente investigación, estos se relacionan con el tipo de investigación aplicada; pues que se busca analizar porque la empresa con respecto al año 2016 no está generando valor en la empresa Mantari Sweater S.A.C.

3.2.2. NIVEL DE LA INVESTIGACIÓN

Con respecto al nivel de investigación, Tamayo (2001) hace mención que la investigación descriptiva: "Comprende la descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual, y la composición o procesos de los fenómenos. El enfoque se hace sobre conclusiones dominantes o sobre cómo una persona, grupo o cosa se conduce o funciona en el presente" (pg.46).

A su vez Carrasco (2006) menciona que: "La investigación descriptiva responde a las preguntas: ¿Cómo son? ¿Dónde están? ¿Cuántos son? ¿Quiénes son? Etc.; es decir, nos refiere sobre las características, cualidades internas y externas, propiedades y rasgos esenciales de los hechos y fenómenos de la realidad, en un momento y tiempo histórico concreto y determinado" (Pg.41 - 42).

Considerando la explicación teórica, la presente investigación se enmarca en el nivel o alcance de la investigación de carácter descriptivo, toda vez que se describirá el fenómeno u objeto de estudio, el mismo que correlacionará a las variables de estudio.

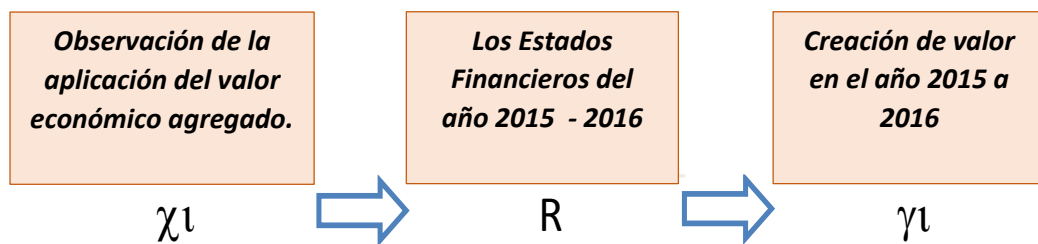
3.2.3. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

Carrasco (2006) hace mención que: "los diseños no experimentales se dividen en Diseños Transaccionales o Transversales y Diseños Longitudinales. Los Diseños Transaccionales se subdividen en diseños específicos Descriptivos, Explicativos o Causales y Correlacionales y los diseños Longitudinales se subdividen en diseños Específicos de tendencia (Trend) de Evolución de grupo o Cohort y Diseños de panel". (Pg. 59)

En tal sentido la presente investigación corresponde a un nivel de investigación no experimental, en tal sentido el diseño de la investigación es: de corte transeccional como diseño general; correlacional como diseño específico.

Considerando la precisión teórica con relación al diseño de investigación de la presente tesis, el diseño investigativo se expresa de la siguiente manera:

Figura 1:: Descripción correlacional



Donde:

χ_t : Observación de la Aplicación del Valor Económico Agregado

R: Relación de Variables (Estados Financieros del 2015-2016)

γ_t : Observación de los Estados Financieros si está generando valor con la aplicación del Valor Económico Agregado.

3.2.4. POBLACIÓN Y MUESTRA

A. Universo

Referente al universo, Carrasco (2006) menciona que: “Es el conjunto de elementos (personas, objetos, programas, sistemas, sucesos, etc.) globales, finitos e infinitos, a los que pertenecen la población y la muestra de estudio en estrecha relación con las variables y el fragmento problemático de la realidad que es materia de investigación.

En tal sentido, el universo de la investigación está conformado por los Estados Financieros de la empresa Mantari Sweater S.A.C.

B. Población

Según López (2013): “La población es el sector al cual se dirige la investigación. Es el total de individuos que componen el grupo de interés” (Pg.96).

Según Carrasco (2006) la población “Es el conjunto de todos los elementos (unidades de análisis) que pertenecen al ámbito espacial donde se desarrolla el trabajo de investigación” (pg.236).

Por tanto, la población de la investigación como objeto de investigación son los Estados Financieros de los períodos económicos de la empresa Mantari Sweater S.A.C a partir de su funcionamiento.

C. Muestra

Hernández, Fernández & Baptista (2007) hacen mención que: “La muestra viene a ser un subgrupo de la población del cual se recolectan los datos y debe ser representativo de dicha población” (pg.236). A su vez carrasco (2006) menciona que la muestra es una parte o fragmento representativo de la población, cuyas características esenciales son las de ser objetiva y reflejo fiel de ella, de tal manera que los resultados obtenidos en una muestra puedan generalizarse a todos los elementos que conforman dicha población” (Pg. 237). Sin embargo, López (2013) menciona que “La muestra es una porción representativa que se obtiene de la población de forma tal que pueda analizarse para llegar a unos resultados aceptables y cercanos a lo que se tendría si se hubiese tomado todos los datos (población completa)” (Pg.97).

Carrasco (2006) afirma que existen dos tipos de muestras: la muestra probabilística y la no probabilística. Las primeras se basan en principios estadísticos y reglas aleatorias. No están sujetas a la voluntad y arbitrariedad del investigador. A su vez menciona que las muestras probabilísticas se dividen en: probabilísticas aleatorias simples, probabilísticas aleatorias estratificadas, probabilísticas sistemáticas y probabilísticas por racimos.

“El muestreo probabilístico es aquel en el que cada una de las observaciones tiene probabilidad conocida de integrar la muestra y medir el error de muestreo, o sea, la diferencia entre las medidas de la muestra y los valores poblacionales. El muestreo probabilístico, a su vez se divide en simple aleatorio, estratificado y por racimos. (Torres, 1998, Pg.121).

Por tanto, el trabajo de investigación por su naturaleza amerita una muestra probabilística intencionada, el cual es representado por los Estados Financieros, año 2015 y 2016 de la empresa Mantari Sweater S.A.C.

D. Muestreo Probabilístico no intencionado

Según Torres, C. (1998) explicó que este tipo de muestreo se caracteriza por un esfuerzo deliberado de obtener muestras "representativas" mediante la inclusión en la muestra de grupos supuestamente típicos. Es muy frecuente su utilización en sondeos preelectorales de zonas que en anteriores votaciones han marcado tendencias de voto. También puede ser que el investigador seleccione directa e intencionadamente los individuos de la población.

3.3. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Para el desarrollo del trabajo de investigación es la técnica documental. Según Baena (1985) "La investigación documental es una técnica que consiste en la selección y recopilación de la información por medio de la lectura, crítica de documentación e información" (Pg.27).

Garza (1988) presenta una definición más específica de la investigación documental. Este autor considera que esta técnica se caracteriza por el empleo predeterminante de registros gráficos y sonoros como fuentes de información en forma de manuscritos e impresos" (pg.8).

Para el desarrollo del trabajo de investigación es la técnica documental. Caballero, A. E. (2009) "La investigación documental es una técnica que consiste en la selección y recopilación de la información por medio de la lectura, crítica de documentos y materiales bibliográficos de bibliotecas, hemerotecas, centros de documentación e información" (p.27).

López, W. (2013), presenta una definición más específica de la investigación documental. Este autor considera que esta técnica se caracteriza por el empleo predeterminante de registros gráficos y sonoros como fuentes de información... registros en forma de manuscritos e impresos" (p.8).

3.4. TÉCNICAS DE PROCESAMIENTO DE DATOS

Los datos se procesarán de manera automática, utilizando hardware y Software contable (C34) y el Microsoft Excel. El análisis de los datos se realizará teniendo en cuenta los Estados Financieros al 31 de diciembre del 2015 y 2016 de la empresa Mantari Sweater.

Consecuentemente se ha ejecutado el siguiente procedimiento:

- Solicitar los Estados Financieros, año 2015 y 2016 de la empresa Mantari Sweater.
- Evaluar la aplicación del valor económico agregado en la creación de valor del año 2015 de la empresa Mantari Sweater.
- Evaluar la aplicación del valor económico agregado en la creación de valor del año 2016 de la empresa Mantari Sweater.
- Evaluar el porqué de que para el año 2016 haya disminuido la creación de valor de la empresa Mantari Sweater luego de haber aplicado el valor económico agregado.

3.5. DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE LA PRUEBA DE HIPÓTESIS

Caballero (2009) refiere que, la contrastación de la hipótesis es una comparación de conjuntos de datos de la realidad con los de un marco referencial o patrón comparativo para explicar o predecir otros conjuntos de datos sobre el problema; y cuyo resultado puede ser: la prueba total de lo que se afirmaba; la disprueba total; o la prueba y disprueba parciales, en mayor o menor medida de una y de la otra.

El procedimiento que se seguirá para la prueba de hipótesis será: el análisis documental, de acuerdo a los hechos económicos analizados en la investigación.

CAPÍTULO IV

ASPECTOS GENERALES DE LA EMPRESA MANTARI SWEATER

4.1. DATOS GENERALES DE LA INSTITUCIÓN

Es una entidad económica que se dedica a la elaboración de prendas de vestir hechas a mano y tejido de punto sobre la base de fibras naturales oriundas de nuestro Perú, como la alpaca, algodón; así como mezclas; para ello la empresa Mantari Sweater cumple con los más elevados estándares de calidad. Sus productos y la experiencia son la mejor carta de presentación para el mercado mundial, los cuales representan una oportunidad de trabajo para las mujeres y hombres que sustentan la visión de la empresa.

El conjunto de acciones de Responsabilidad Social desarrolladas por Mantari Sweater, corresponden a un firme compromiso en el nivel social y con el medio ambiente.

Figura 2: Programa PromPerú



Fuente: Tomado de Página Web de la UC – 2017

4.2. MISIÓN

La misión de la empresa Mantari Sweater S.A.C es “Creamos moda y belleza para la felicidad del cliente, elaboradas en fibras naturales, por un equipo humano eficiente, creativo con principios socio ambientales responsables, cumpliendo con las Buenas Prácticas de Comercio Justo.”

4.3. VISIÓN

La visión de la empresa Mantari Sweater S.A.C es “Ser al 2018 una empresa de mayor preferencia y demanda en el mundo de la moda textil en fibra de alpaca y algodón con estándares internacionales de calidad para mercados globales.”

4.4. POLÍTICA DE CALIDAD

La empresa Mantari Sweater S.A.C, se dedica a la fabricación de productos textiles con fibras de Alpaca y Algodón, mostrando compromiso al ofrecer a sus clientes productos de calidad desde la solicitud de materia prima hasta el producto terminado, de tal manera a través de la mejora continua buscamos la satisfacción y el cumplimiento de los requerimientos de nuestros clientes, para estos objetivos el personal está altamente capacitado y comprometido a cumplir con los requisitos de las Buenas Prácticas de Manufactura y Gestión, basado en la Norma Andina 0079.

4.5. BREVE RESEÑA HISTÓRICA DE LA INSTITUCIÓN

La empresa Mantari Sweater S.A.C se fundó el 26 de Febrero de 2003, nace de la idea emprendedora de cuatro alumnos de la facultad de administración de la UNCP. Es una empresa familiar conformada por dos hermanas y su madre. Las tres han integrado sus competencias para la creación de esta empresa familiar: Julia es economista y se encarga de la administración y marketing, Edith es la diseñadora quien ganó el premio de « Jóvenes Creadores al Mundo » en Perú Moda de 2011 y su madre es contadora, especialista en tejidos, quien supervisa la producción.

4.6. ACTIVIDADES DE LA INSTITUCIÓN

4.6.1. PRODUCTOS DE EXPORTACIÓN DE LA EMPRESA MANTARI SWEATER S.A.C:

A. Suéteres, chalecos y art. similares, de punto, de fibras acrílicas

- Chompas para dama, 40% alpaca, 10% lana, 50%acrílico
- Chompas para dama, 76%alpaca, 17% lana, 7%nylon
- Chompas largas para dama, 40% alpaca, 10% wool-lana, 50%acrílico
- Chompas para dama, 40% alpaca, 10% wool, 50%acrílico
- Chompas (sweaters) para mujer

B. Guantes y similares, de punto, de fibras sintéticas.

- Mitones para dama, 40% alpaca, 10% wool, 50%acrílico
- Mitones para dama, 40% alpaca, 10% wool-lana, 50%acrílico
- Mitones de mujer.
- Vestidos de punto, de lana o de pelo fino, para mujeres o niñas.
- Vestidos sin mangas 100%alpaca bebe
- Vestidos 100% alpaca para dama
- Vestidos para dama 100% alpaca
- Vestidos de alpaca 100% dama

C. Chales, pañuelos de cuello, bufandas, mantillas, velos y artículos similares.

- Chalinas tejidas para damas
- Chalinas para niños 95%alpaca 5% poliamida
- Chalinas para mujer
- Chalinas para dama, 100%alpaca
- Chalina 40% alpaca, 10% Woolf, 50%acrílico

4.7. RUC, RAZON SOCIAL Y ACTIVIDADES ECONOMICAS

Mantari Sweater S.A.C tiene como nombre comercial MANTARI S.A.C, se encuentra registrada en la SUNAT con el RUC 20486039397. Al día 02-03-2017, fecha en que se revisó esta información por última vez, la empresa tenía como estado ACTIVO y condición HABIDO.

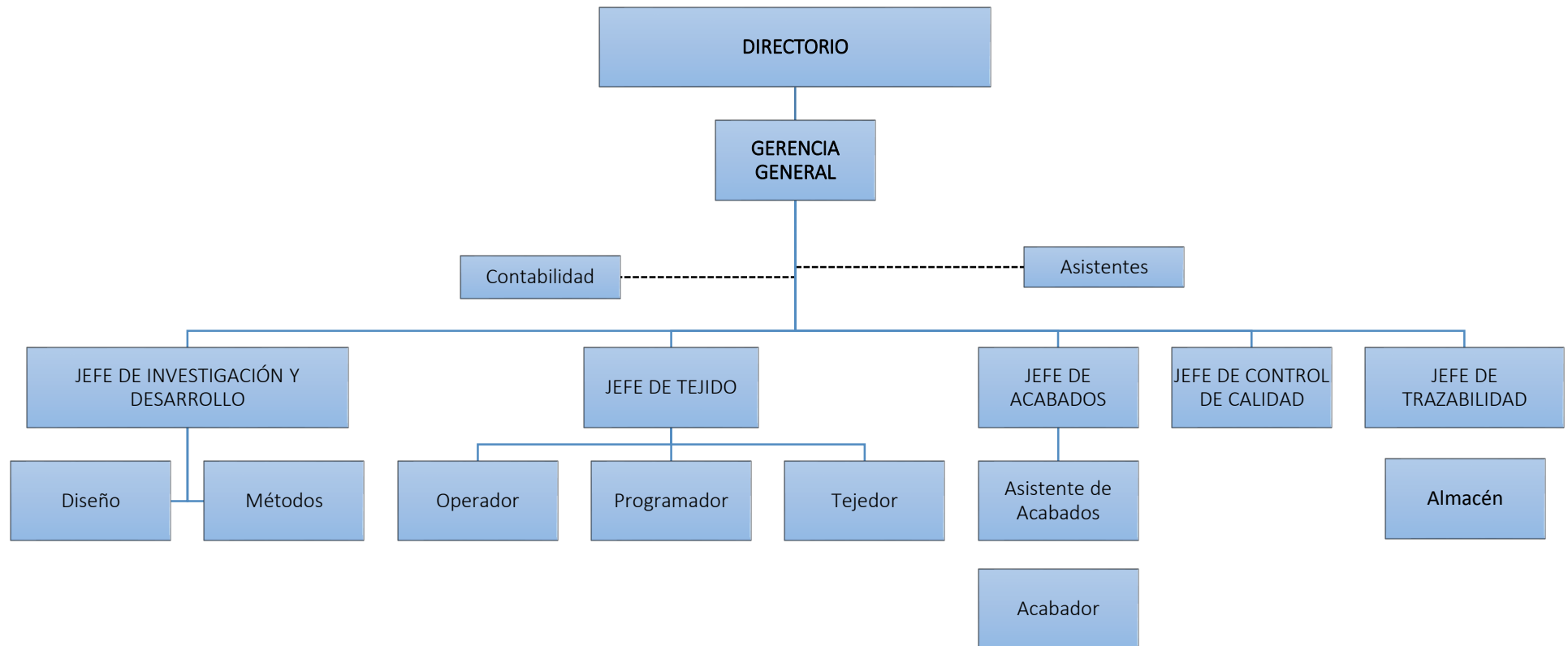
Esta empresa tiene por actividades económicas las siguientes:

TABLA 2: CLASIFICACIÓN INDUSTRIAL INTERNACIONAL UNIFORME

CIU	Actividad Económica
<u>17306</u>	Fab. Tejidos y Art De Punto.
<u>18100</u>	Fab. de Prendas de Vestir.

4.8. ORGANIGRAMA DE MANTARI SWEATER

Figura 3: Organigrama de la Empresa Mantari Sweater



Fuente: Tomado de la Empresa Mantari Sweater

CAPÍTULO V

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

5.1. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

5.1.1. DESCRIPCIÓN DE TRABAJO DE CAMPO

Considerando las estrategias del trabajo de campo, antes de aplicar las técnicas e instrumentos de recolección de datos empíricos, en primer lugar, se han procedido a la elaboración de los instrumentos de recolección de datos para luego validarlos adecuadamente conforme a los procedimientos que exige un trabajo de investigación riguroso e imparcial.

5.1.2. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

El análisis de resultados, consiste en analizar todos los hechos que se encuentren relacionados con el problema de investigación, los objetivos propuestos, la hipótesis y/o hipótesis específicas, preguntas formuladas, y las teorías o presupuestos planteados en el marco teórico, con la finalidad de analizar si se confirman las teorías o no, y si por consecuencia de esto se generan debates con la teoría ya existente. En esta presentación de resultados se deben mostrar las implicancias de la investigación realizada para futuras teorías e investigaciones (Brenes, L. (2004))

En términos más amplios, en el análisis también debe indicarse si el trabajo de investigación respondió o no a las hipótesis o preguntas planteadas para desarrollar los objetivos del estudio. El hecho de no encontrar respaldo a la

hipótesis o preguntas de investigación no debe ser motivo para considerar que el estudio fracasó; éste podría ser un excelente pretexto para iniciar un nuevo estudio que permita corroborar o contrastar los resultados encontrados (Brenes, L. (2004)).

5.1.3. ANÁLISIS FINANCIERO DE LA EMPRESA MANTARI SWEATER

El análisis financiero de la empresa Mantari Sweater S.A.C, mediante los indicadores tradicionales, es de vital importancia para así determinar la realidad financiera y económica de dicha entidad , además de determinar sus falencias y fortalezas financieras.

Asimismo permitió poder realizar una comparación veraz y fiable entre estos y el resultado que indique el análisis del Valor Económico Agregado.

Este análisis se fundamentará en los estados financieros , los Estados de Situación Financiera, como también en los Estados de Resultados proporcionados por el departamento de contabilidad de la empresa, de los periodos económicos 2015 y 2016, cuya síntesis se encuentra en el Apéndice N° II .

La situación de la empresa al 31 de diciembre de 2015 y del año 2016, previo al análisis de creación de valor mediante el EVA (Valor Económico Agregado). Cabe indicar que, con base a dichos estados financieros, se determinaron ciertos indicadores financieros para su mejor comprensión.

A. RATIOS FINANCIEROS

- Circulante = $\frac{\text{Activos corrientes}}{\text{Pasivo corrientes}}$

TABLA 3: Razón Financiera Circulante

2015	2016
873.23	540.48

La empresa para el año 2015 y 2016 cuenta con una liquidez de S/ 873.23 y S/. 540.48 respectivamente para afrontar sus deudas a corto plazo (tiene liquidez), esto ocurre porque sus activos han aumentado y sus pasivos han disminuido durante esos años, esto se podría afrontar si siguen aumentando los pasivos.

Ya que los mismos resultados que se obtuvieron en realidad no son relevantes para la empresa Mantari Sweater S.A.C y aunque no corresponde a este indicador, vale recalcar que la empresa no mantiene deudas a largo plazo.

- Capital de Trabajo = Activos corrientes - Pasivos corrientes

Tabla 4: Capital de Trabajo

2015	2016
287,835.74	303,188.70

Como propiamente su nombre lo indica, el Capital de Trabajo interpreta el capital con el que la empresa Mantari Sweater cuenta para el normal desarrollo de sus actividades económicas, la empresa, según la información obtenida en los 2 años, cuentan con el capital de trabajo necesario para así realizar sus actividades.

- Prueba Ácida =
$$\frac{\text{Activos corrientes} - \text{Inventarios}}{\text{Pasivos corrientes}}$$

Tabla 5: Prueba Ácida

2015	2016
873.23	540.48

En el año 2015 nos indica que por cada 1 nuevo sol de obligación a corto plazo (deuda), la empresa cuenta con una liquidez de S/ 873.23 soles para afrontar estas obligaciones sin contar con sus inventarios. En el año 2016 la empresa cuenta con una liquidez de S/ 540.48 soles para afrontar estas obligaciones sin contar con sus inventarios.

- Autonomía Financiera = $\frac{\text{Patrimonio}}{\text{Pasivo Total}}$

Tabla 6: Autonomía Financiera

2015	2016
6.99	7.99

De acuerdo a los indicadores obtenidos, la autonomía financiera de la empresa Mantari Sweater tuvo un incremento en lo que se debe a un aumento de pasivos sin que esto indique que Mantari Sweater S.A.C tenga un problema, ya que cuenta con suficiente recursos propios para poder cubrir sus deudas.

B. RAZONES DE RENTABILIDAD

- Margen neto de Utilidades = $\frac{\text{Utilidad Neta Después de Impuestos}}{\text{Ventas}}$

Tabla 7: Margen Neto de Utilidad

2015	2016
0.31	0.25

Para el año 2015 por cada sol de ventas la empresa gana netamente s/ 0.31 por las ventas totales, para el año 2016 disminuyen en 0.06, esto decrece, es decir, se ve afectado puesto que las ventas disminuyen considerablemente por la poca rotación de existencias, además de no contar con suficiente dinero para invertir en inventarios.

- Rendimiento sobre los Activos = $\frac{\text{Utilidad Neta Después de Impuestos}}{\text{Activos Totales}}$

Tabla 8: Rendimiento sobre los Activos

2015	2016
41.58%	39.04%

La empresa, para el año 2015, por cada sol invertido, genera una rentabilidad de los activos del 41.58%, así mismo para el año 2016 decrece, puesto que su rentabilidad es de 39.04%, esto sucede que las utilidades disminuyen y los activos aumentan, es decir, se podría estar invirtiendo en activos fijos lo cual disminuiría las utilidades.

$$\text{Rendimiento sobre el Patrimonio} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Patrimonio}}$$

Tabla 9: Rendimiento sobre el Patrimonio

2015	2016
47.54%	43.92%

Este índice nos muestra que hubo una disminución en el rendimiento sobre el patrimonio, es decir, los fondos propios ha crecido y esto ocasionó la disminución de esta razón financiera. Asimismo, ya que para el año 2016 hubo una disminución en las ventas netas.

Como se observan en los resultados de los indicadores de rentabilidad que se ponen a consideración, tiene una tendencia de comportamiento parecido, a pesar de que nuestros indicadores de capital de trabajo y liquidez nos muestran unos resultados muy confortadores y muy favorables para la empresa Mantari Sweater, ocultando así la falta de rentabilidad en la empresa Mantari Sweater S.A.C .

Figura 4: Ratios de liquidez 2015- 2016

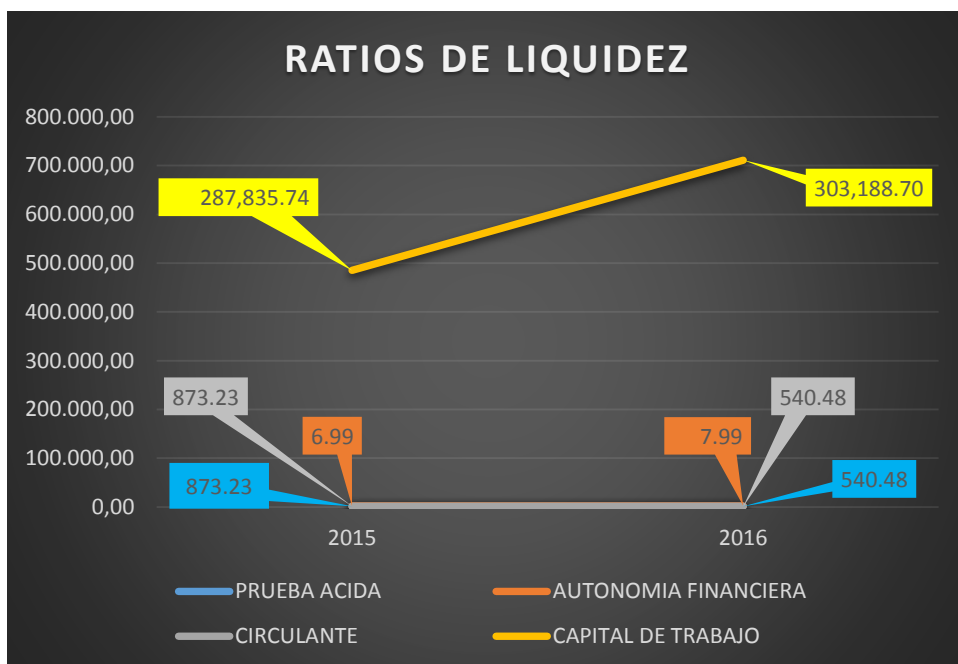
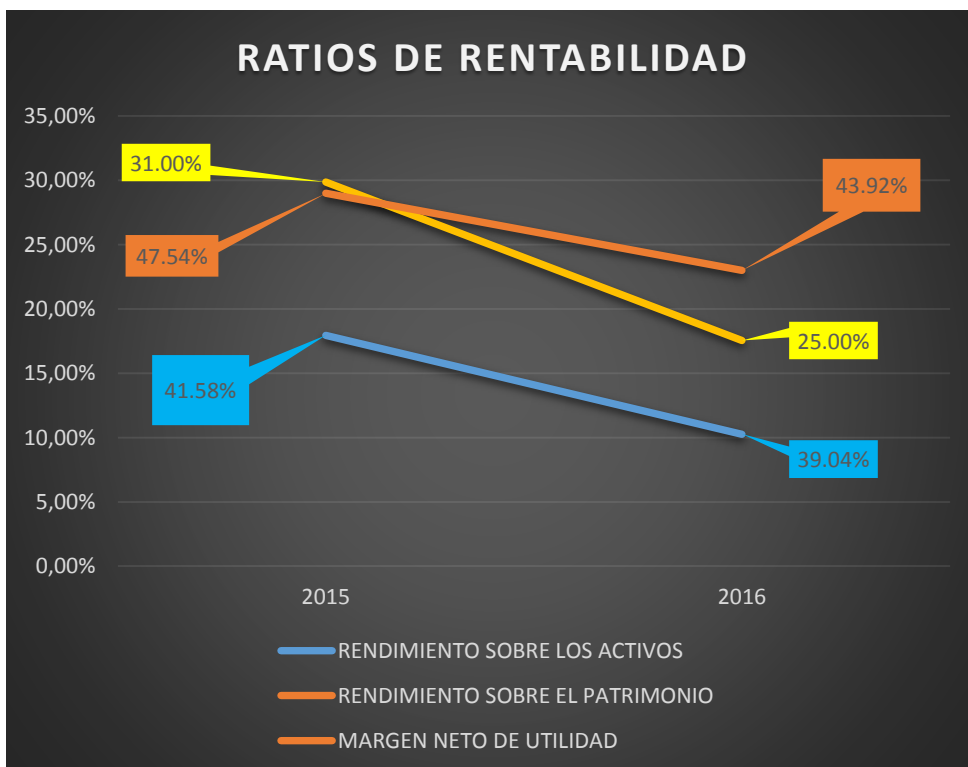


Figura 5: Ratios de Rentabilidad 2015- 2016



5.1.4. DETERMINACIÓN DE LOS COMPONENTES QUE INFLUYEN EN EL VALOR ECONÓMICO AGREGADO.

Como se explicó anteriormente, los elementos que forman parte del cálculo del Valor Económico Agregado (EVA) son el capital invertido, utilidad antes de interés y después de impuestos (UAIDI) y el costo promedio ponderado de capital (CPPC).

A continuación se procederá a establecer y explicar cada uno de los elementos para poder llegar a conocer si existe o no valor económico agregado en la creación de valor de la empresa Mantari Sweater S.A.C en los periodos económicos 2015- 2016.

5.1.4.1. CAPITAL INVERTIDO

El Capital Invertido es la cantidad total de dinero que se suministró a una empresa por los accionistas, los tenedores de bonos, bancos y todas las demás partes interesadas. El Capital Invertido a menudo se determina sumando las obligaciones totales de deuda y la cantidad de capital aportada por los accionistas en la empresa y luego restando el efectivo fuera de la explotación y las inversiones.

Tabla 10: Capital Invertido 2015 y 2016

CONCEPTOS	2015	2016
Cuentas por cobrar comerciales	-	-
Existencias	-	-
Otros activos corrientes	-	-
Caja	288,165.74	303,750.70
TOTAL 1	288,165.74	303,750.70
Cuentas por pagar	-	-
Otras cuentas por pagar	330.00	562.00
TOTAL 2	330.00	562.00
Capital de trabajo (1-2)	287,835.74	303,188.70
Activos fijos Netos	150,635.73	145,475.83

Capital Invertido	438,471.47	448,664.53
--------------------------	-------------------	-------------------

La empresa para el año 2015 tiene como capital invertido S/438,471.47, nos indica la cantidad total de dinero que se suministró a una empresa por los accionistas, los tenedores de bonos, bancos y todas las demás partes interesadas. Asimismo el capital invertido es el total de deuda y la cantidad de capital aportada por los accionistas en la empresa y luego restando el efectivo fuera de la explotación y las inversiones, con respecto al año 2016 se notó un incremento a S/ 448,664.53.

El incremento que se muestra se debe a que en el año 2016 hubo un incremento en: Activo disponible en caja, los pasivos a corto plazo, que incluyen los tributos a pagar como ONP, ESSALUD, y los activos fijos netos.

5.1.4.2. COSTO PROMEDIO PONDERADO DE CAPITAL

El WACC, también denominado coste promedio ponderado del capital (CPPC) nos va a permitir realizar la medición para la valoración en tres enfoques distintos: como activo: es la tasa que se debe usar para descontar el flujo de caja esperado; desde el pasivo: el coste económico para la compañía de atraer capital al sector; y como inversionistas: el retorno que esperan dentro de la empresa Mantari Sweater.

Tabla 11: Costo Promedio Ponderado de Capital 2015

2015				
% DE PARTICIPACIÓN			TASAS	CPPC
DEUDA A CORTO PLAZO	330.00			0.664%
DEUDA A LARGO PLAZO	69,779.14	6.63630%	10%	
PATRIMONIO	489,718.11	87.48%	2.2000%	1.924%
ANF	559,827.25	100%	1	2.588%

Tabla 12: Costo Promedio Ponderado de Capital 2016

2016				
% DE PARTICIPACION			TASAS	CPPC
DEUDA A CORTO PLAZO	562.00			0.502%
DEUDA A LARGO PLAZO	52,488.26	5.02%	10%	
PATRIMONIO	1,003,399.76	94.98%	2%	2.090%
ANF	1,056,450.02	100%	1	2.592%

En el caso de la empresa MANTARI SWEATER para el año 2015, sí podría competir contra la inversión del mercado que está en un rendimiento del 2.588%, por lo tanto, no tendría que optimizar su operación para alcanzar el margen deseado, ya que actualmente tiene un oferta del 2.592%, es decir, está 0.004% arriba.

En el caso de la empresa MANTARI SWEATER para el año 2016 sí podría competir contra la inversión del mercado que está en un rendimiento del 2.592%, por lo tanto, no tendría que optimizar su operación para alcanzar el margen deseado ya que actualmente tiene una oferta del 2.204%, es decir, está 0.02% arriba.

5.1.4.3. UTILIDAD ANTES DE INTERESES y DESPUÉS DE IMPUESTOS Y EL ROI

UAIDI = UTILIDAD NETA + GASTOS FINANCIEROS - INGRESOS NO OPERACIONALES

Tabla 13: Utilidad antes de intereses y después de impuestos

		2015	2016
UAIDI	=	247,005.38	199,286.77

El ROI nos ayuda a medir la productividad, rentabilidad de una inversión, para evaluar qué tan eficiente es el gasto.

El análisis del ROI es una herramienta de mucha utilidad para evaluar la conveniencia de una empresa en crecimiento año tras año. Se requiere contemplar los costos asociados con la implementación y el mantenimiento del programa de mejora.

Tabla 14: Rentabilidad sobre la inversión

Conceptos	2015	2016
UAIDI	247,005.38	199,286.76
Capital Invertido	438,471.47	448,664.53
ROI	56.33%	44.42%

La empresa Mantari Sweater para el año 2015 tiene como UAIDI de S/. 247,005.38 y para el año 2016 de S/. 199,286.76 lo que nos indica que los ingresos por venta de sus actividades tuvo una disminución, un incremento en sus costo de ventas, incremento en los gastos de ventas haciendo la utilidad antes de intereses y después de impuestos disminuya para el año 2016.

Con respecto a la rentabilidad sobre la inversión (ROI) en el año 2015 hubo un 56.33% y con respecto al año 2016 obtuvo así un ROI de 44.42%, lo que nos indica que a pesar de que los beneficios han subido, casi proporcionalmente, es decir, el capital invertido se muestra que los gastos ha incrementado lo que no permite que este índice crezca de la manera en que se desea.

5.1.5. CÁLCULO DEL EVA

Tabla 15: Valor Económico Agregado 2015

2015	
EVA= UAIDI - (ANF * CPPC)	
EVA =	218 ,306.70

El valor que muestra el cálculo del valor económico agregado (EVA), es una cantidad de dinero que se puede analizar como la cantidad de valor creado por la empresa, durante el período para el cual se ha realizado el cálculo, después de cubrir tanto los costes de financiación de las fuentes externas, como la tasa mínima de rentabilidad exigida por los accionistas.

El resultado de 218,306.70 indica que la empresa está generando valor, es decir, que tiene una construcción de valor agregado.

El EVA es un mecanismo que permite calcular y evaluar la riqueza generada por la empresa Mantari Swater S.A.C, es evidente que a toda compañía le interesará obtener un EVA positivo por lo que el resultado de 218,306.70 indica que la empresa está generando valor, es decir, que tiene una construcción de valor agregado.

Tabla 16: Valor Económico Agregado 2016

2016	
EVA= UAIDI - (ANF * CPPC)	
EVA =	171,906.95

El resultado de 171,906.95 indica que la empresa está generando valor, es decir, que tiene una construcción de valor agregado.

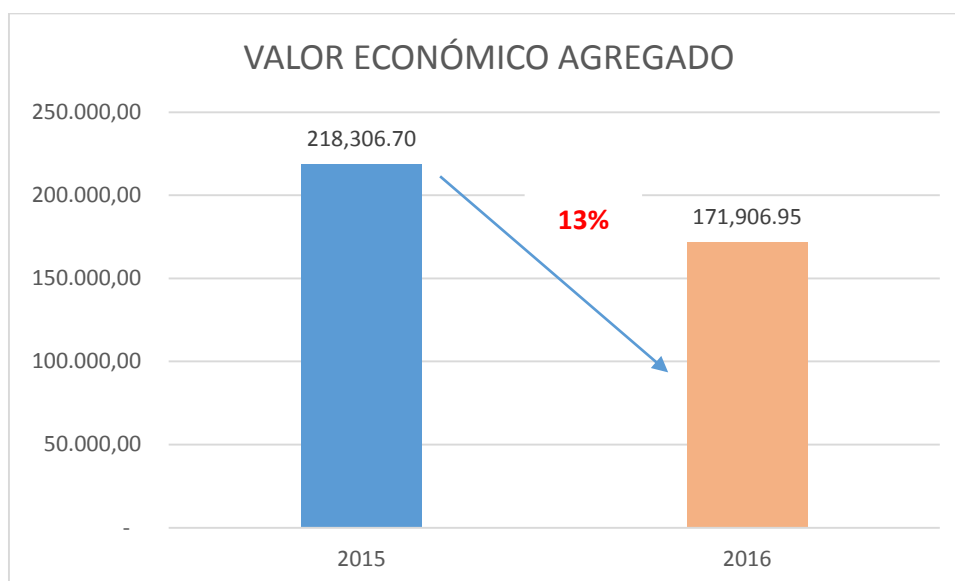
El EVA es un mecanismo que permite calcular y evaluar la riqueza generada por la empresa Mantari Swater S.A.C, es evidente que a toda compañía le interesará obtener un EVA positivo por lo que el resultado de 171,906.95 indica que la empresa está generando valor, es decir, que tiene una construcción de valor agregado.

5.1.6. VERIFICACIÓN DE LAS HIPÓTESIS

5.1.6.1. Hipótesis general

El valor económico agregado genera un porcentaje de crecimiento en la creación de valor de la empresa Mantari Sweater S.A.C., en el período 2015 -2016.

Figura 6: Comparación del EVA



Después de todo el análisis de los datos realizados, se observa que presenta un porcentaje de disminución del 21% con respecto al año 2016. Pero en ambos años se crea valor, por tanto, se disprueba la hipótesis general. Es decir se rechaza la hipótesis planteada en la investigación.

Se disprueba la hipótesis debido a que para el año 2015 el valor económico es mayor, ya que los gastos administrativos fueron menores, y dio como resultado de Utilidad antes de Intereses e Impuestos menor, además que las deudas a corto plazo, o pasivo corriente, fue menor en cambio al 2016, en el cual hubo un incremento significativo de los gastos administrativos, dio una utilidad antes de Intereses e Impuesto menor y hubo pasivos corrientes mayores, lo que incremento el patrimonio y como resultado el EVA disminuyó en un 21%.

En el gasto administrativo se observa que la empresa para el período 2016 tiene gastos de producción encargada a terceros de S/. 136, 617.80 soles, asimismo de que hubo gastos que incurrieron por el mantenimiento de inmuebles maquinarias y equipos, ocasionando esto que al hacer la reparación no se hizo producción en dicha temporada,

ocasionando que las ventas netas disminuyeran y las órdenes para fabricación de productos no llegue a su fase final.

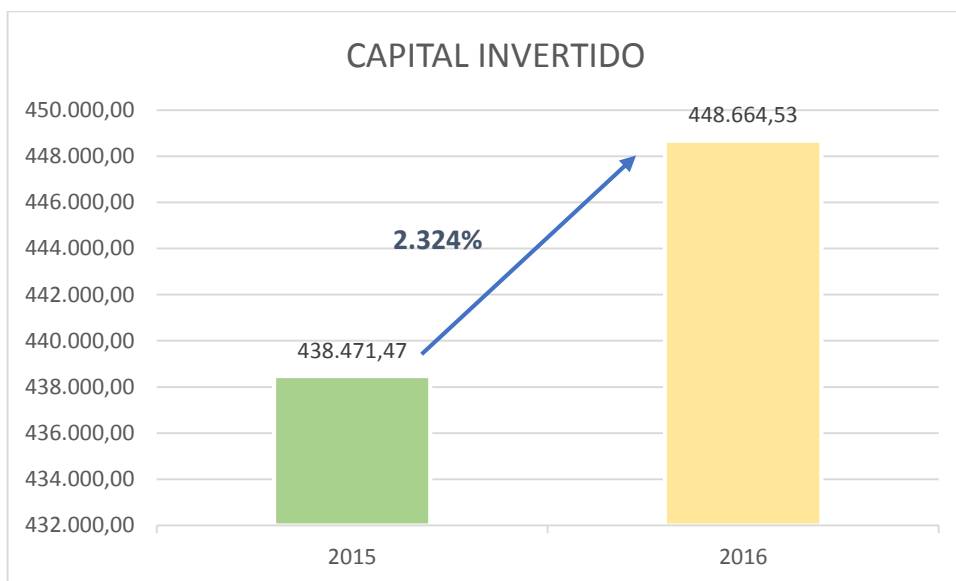
5.1.6.2. Hipótesis específica

A. El capital invertido presenta un porcentaje de crecimiento en la empresa Mantari Sweater S.A.C., en el período 2015 -2016.

Tabla 17: Capital Invertido 2015 – 2016

Conceptos	2015	2016
Capital Invertido	438,471.47	448,664.53

Figura 7: Comparación del Capital Invertido



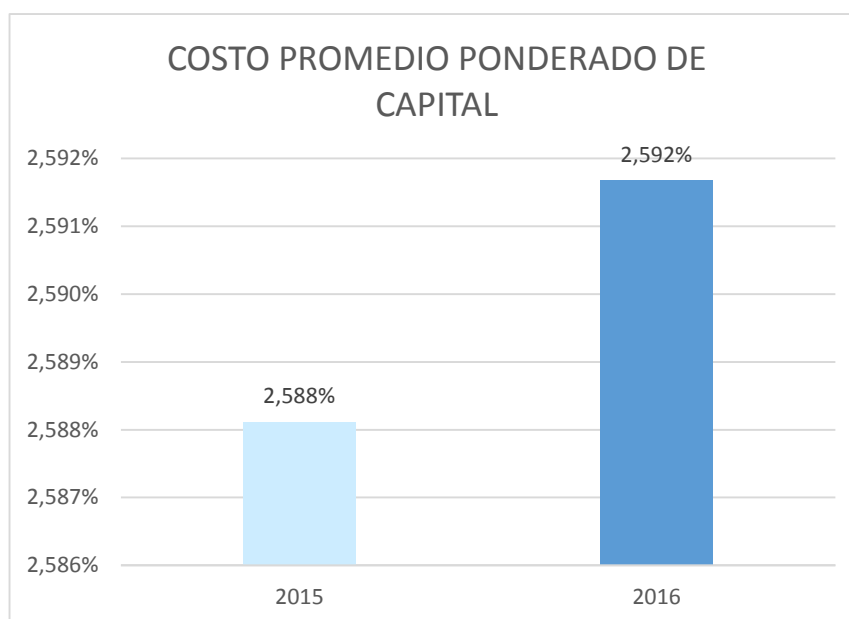
El capital invertido presenta un porcentaje de crecimiento de 23.24% con respecto al año 2016, en la hipótesis específica, se afirma la hipótesis ya que en porcentaje de crecimiento en el capital invertido es debido a que se puede observar que hubo un exceso en efectivo y equivalentes de efectivo e incrementaron los activos netos.

- B. El costo promedio ponderado de capital (CPCC) presenta un porcentaje de crecimiento en la empresa Mantari Sweater S.A.C., en el período 2015 -2016.

Tabla 18: Costo Promedio Ponderado de Capital 2015- 2016

Conceptos	2015	2016
CPPC	2.588%	2.592%

Figura 8: Comparación del Costo Promedio Ponderado De Capital



El costo promedio ponderado de capital es la tasa de descuento que se utiliza para descontar los flujos de caja futuros a la hora de valorar un proyecto de inversión , al analizar los datos realizados se observa que presenta un porcentaje de crecimiento del 0.004% con respecto al año 2016. Por tanto, se afirma la hipótesis específica b. El porcentaje de crecimiento es debido a que en el rubro de patrimonio se incrementó como también los activos fijos

financiados haciendo que su costo promedio ponderado de capital incremente con respecto al año 2016.

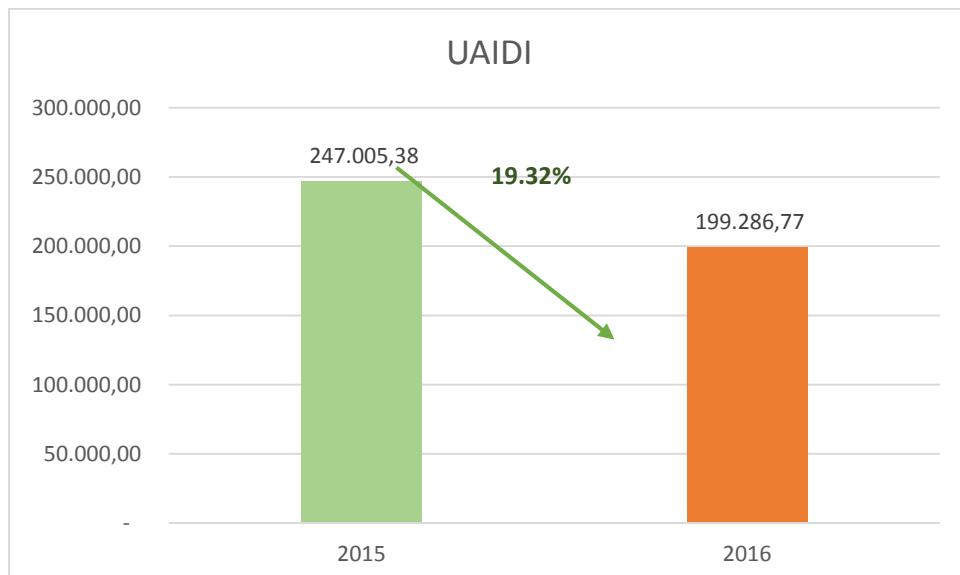
En el caso de la empresa MANTARI SWEATER en el año 2015 y 2016 la empresa sí podría competir contra la inversión del mercado que está en un rendimiento del 2.2%, por lo tanto, no tendría que optimizar su operación para alcanzar el margen deseado ya que actualmente tiene una oferta del 2.588% y 2.592% respectivamente, es decir, por encima de la inversión del mercado del sector industrial a la que pertenece dicha empresa.

- C. La utilidad antes de interés e impuestos (UADII) presenta un porcentaje de crecimiento en la empresa Mantari Sweater S.A.C., en el período 2015 -2016.

Tabla 19: Utilidad Antes de Intereses e Impuestos 2015- 2016

	2015	2016
UAIDI	247,005.38	199,286.77

Figura 9: Comparación de la Utilidad antes de Intereses e Impuestos



Después de todo el análisis de los datos realizados, se observa que presenta un porcentaje de disminución del 19.32% con respecto al año 2016. Por tanto se disprueba la hipótesis especifica c.

La empresa Mantari Sweater para el año 2015 tiene como UAIDI de S/.247,005.38 y para el año 2016 de S/. 199,286.77 lo que nos indica que los ingresos por venta de sus actividades disminuyó, un incremento en sus costo de ventas, incremento en los gastos de ventas, como gasto en el mantenimiento de inmuebles, maquinarias y equipo.

5.2. DISCUSIÓN DE RESULTADOS.

La aplicación del modelo EVA es una herramienta de gran importancia en la actualidad, pues, como sostiene Apaza, M. (2005) el EVA ha sido calificado por la revista Fortune como “la verdadera clave para crear valor”.

En la presente tesis se realizaron procedimientos para la aplicación del modelo EVA (Economic Valued Added) para analizar la creación de valor en la empresa Mantari Sweater en el periodo 2015 y 2016 , no es solo la aplicación numérica de los estados financieros, sino que consiste en una serie de pasos que involucran elementos tales como el capital invertido , costo promedio ponderado de capital , utilidad antes de intereses e impuestos y el retorno de la inversión, tal es así que el Van Horne, J. (2010) define al EVA como: **“La ganancia económica que obtiene una compañía después de deducir los costos de capital...De manera más específica, es la ganancia operativa después de impuesto (GONDI) menos el cargo de la cantidad monetaria de costo de capital por el capital empleado”**.

Así mismo dentro de la aplicación de la metodología EVA surge un aspecto muy importante como es el ajuste del activo de los estados financieros, Amat, O. (1999) quien sostiene que para tener una mejor apreciación del EVA, es necesario ajustar el Activo Operativo, lo cual significa entrar en detalle de cada cuenta del activo e ir depurando aquel Activo que no contribuye en la cadena de valor conocido como Activo No Operativo.

La aplicación del modelo EVA, tanto en el periodo 2015 como 2016, fue calculada aplicando los estados financieros como el Estado de Situación Financiera y El Estado de Resultados adquiridos por la empresa Mantari Sweater, así como el ROI y el costo

promedio ponderado de capital, lo que ha permitido encontrar una notable diferencia, para el periodo 2015 el resultado obtenido es S/. 218, 306.70 en comparación con el año 2016 ,S/ 171,906.95.

En ambos años se determina que la empresa crea valor, pero con respecto al año, lo cual se considera un “mal resultado”, porque en vez que la empresa cree valor año tras año, tal parecer se puede estimar que la empresa no tiene prácticas contables bien establecidas.

Evidentemente, la empresa está descuidando la gestión de valor, lo cual nos refleja que la administración de una empresa o actividad económica no solo debe de tener como base o como objetivo la generación de utilidades o que sus resultados, al finalizar el periodo económico, sea positivo sino también en la creación de valor.

Uno de los motivos de que el EVA del año 2015 sea mayor es debido a que el gasto de venta fue menor y dio como resultado de Utilidad antes de Intereses e Impuestos menor además que las deudas a corto plazo o pasivo corriente fue menor, en cambio al 2016, en el cual hubo un incremento significativo de los gastos de ventas lo cual dio un Utilidad antes de Intereses e Impuesto menor y hubo pasivos corrientes mayores lo que incremento el patrimonio y como resultado el EVA disminuyó en un 13%.

Tabla 20: Gastos Administrativos 2015

NOTA 4: Gastos Administrativos		2,015.00	
Código	Denominación	Corriente	No Corriente
94111	Gastos administrativos	135,490.65	
94211	Sueldos y salarios	18,000.00	
94271	Reg. prestaciones de salud	1,620.00	
94311	Transporte de carga	3,505.07	
94312	Correos	915.67	
94313	Alojamiento	1,906.78	
94314	Alimentación	1,213.32	
94322	Legal y tributario	147.07	
94329	Otros	1,206.00	
94351	Edificaciones	1,694.92	
94364	Telefonía Móvil	702.05	
94371	Publicidad	165.43	
94413	Impuesto temporal a los activos	45.76	
94419	Otros	243.34	
94421	Gobierno Regional	2,407.14	
94813	Depreciación maquinarias y equipos	368.98	
94814	Maquinaria y equipos	18,748.56	
TOTAL		188,380.74	-

Tabla 21. Gastos Administrativos 2016

NOTA 4: Gastos Administrativos		2,016.00	
Código	Denominación	Corriente	No Corriente
94111	Gastos administrativos	23,185.60	
94211	Sueldos y salarios	28,650.00	
942141	Gratificaciones	4,774.99	
942211	Otras remuneraciones	459.00	
94271	Reg. prestaciones de salud	2,578.50	
942911	Compensación por el tiempo de servicio	2,542.04	
94311	Transporte de carga	13,258.57	
94312	Correos	1,998.49	
94313	Alojamiento	1,788.14	
94314	Alimentación	1,842.73	
93211	Administrativa	3,000.00	
94322	Legal y tributario	10,642.37	
943241	Mercadotecnia	6,711.39	
943291	Producción	6,000.00	
94329	Otros	10,768.82	
943311	Producción encargada a terceros	136,617.80	
943411	Mant. Y rep. Inversión inmobiliaria	2,400.00	
943431	Mant. Y rep. Inversión inmobiliaria	155.00	
943611	Energía eléctrica	331.11	
943631	Agua	235.08	
943632	Móvil	1,657.88	
943721	Publicaciones	131.30	
948142	Máquinas y equipos	20,033.89	
TOTAL		279,762.70	-

En el incremento excesivo del gasto administrativo se observa según las Notas a los Estados Financieros del año 2015 y 2016 , se analiza que la empresa para el período 2016 tiene gastos de producción encargada a terceros de S/. 136, 617.80 soles notándose así que la empresa, en casi todas las ordenes de producción que tenía para fabricar en dicho año, fue producida por terceros y no por los colaboradores de la empresa, asimismo se analiza de que hubo gastos que incurrieron por el mantenimiento de inmuebles maquinarias y equipos, ocasionando esto que al hacer la reparación no se hizo producción en la empresa la cual género que sea mandada a producción por terceros en dicha temporada ocasionando así que las ventas netas disminuyeran y los costos de ventas tuvieran un incremento.

CONCLUSIONES

1. Es de vital importancia resaltar el Valor Económico Agregado (EVA), ya que más allá de analizar un resultado de un periodo económico, nos muestra la eficacia de la empresa Mantari Sweater S.A.C frente al contexto global y mercado en que nos encontramos, pues, aparte de que los resultados que nos muestran los estados financieros, los cuales deben estar acorde con proyectos de planes de riesgos con respecto a la elaboración de los estados contables, nos indican porque se destruye valor o se crea valor, el EVA nos demuestra la estructura del capital y la adecuada forma del manejo de la deuda, sin embargo, como se describió en la hipótesis general, se planteó un porcentaje de crecimiento pero con los resultados se identifica que si la empresa genera valor en ambos años 2015 y 2016 pero no se incrementa año si no está teniendo porcentaje de decrecimiento debido a la poca cantidad de maquinarias de producción lo cual llevó a tercerizar el proceso de elaboración de los productos e incrementar gastos.
2. Por lo general, en el proceso se usan indicadores tradicionales para medir la rentabilidad y los estados económicos reflejan al final de cada periodo si existe o no un incremento de las utilidades, debido al nivel del staff que prepara la información contable, sin embargo, no se logra demostrar que haya maximización de la riqueza o crecimiento del valor de las acciones de la empresa por lo que no existe una gestión eficiente de los recursos de la empresa ni un verdadero compromiso por parte de los administradores y financieros donde el rendimiento económico se fundamente en la obtención de beneficios.
3. Basados en la hipótesis, el capital invertido presenta un porcentaje de crecimiento en la empresa Mantari Sweater S.A.C en el período 2015-2016. Se afirma la hipótesis específica (a) que planteaba que: El capital invertido presenta un porcentaje de crecimiento fue del 2.324% con respecto al año 2016, debido a que se puede observar que hubo un exceso en efectivo y equivalentes de efectivo e incrementaron los activos netos, por lo que se debe implementar estrategias donde el valor económico agregado guarde relación directa con la creación de valor.
4. Considerando la hipótesis: el costo promedio ponderado de capital (CPCC) presenta un porcentaje de crecimiento en la empresa Mantari Sweater S.A.C en el período 2015-2016. Se afirma la hipótesis específica (b) que planteaba que El costo promedio ponderado de capital (CPCC) presenta un porcentaje de crecimiento del 0.09% con respecto al año 2016.

RECOMENDACIONES

1. Gestionar la posibilidad de adquirir maquinarias con la finalidad de disminuir el costo de elaboración de los productos, además de poder abarcar con el número de pedidos de los clientes sin la necesidad de tercerizar el proceso de elaboración de los productos e incrementando el valor económico de la empresa.
2. Implementar un sistema de información que tenga como propósito dar informes de calidad sobre el proceso de elaboración de los productos y la venta puesto que por falta de ello en el año 2016 se incrementaron los gastos de ventas debido a la tercerización en la elaboración de los productos y destruyendo valor en la empresa, además, de la elaboración de proyectos de planes de riesgos, con respecto a la elaboración de los estados contables de la empresa, para así tener un estado financiero de calidad la cual ayude a la obtención de accionistas y/o aportantes al ente económico.
3. Promover capacitaciones en la empresa para que el nivel del staff sea apropiado para la interpretación y análisis de la información contable y de los estados financieros a fin de que se conozca las condiciones generales de la información y los resultados obtenidos, solo de esta manera se podrán emitir conclusiones sobre dichos informes que serán útiles para los accionistas en el adecuado manejo de la toma de decisiones, analizar los indicadores de gestión constantemente, ya que gracias a ellos podemos ver la realidad económica de una empresa y el desarrollo económico que hubo en todo el ejercicio contable, también gestionar eficientemente los recursos de la empresa con el propósito de elevar el valor económico y mejorar los estados de situación financiera con sus respectivos indicadores implementados, el área contable, de mobiliario y equipos de tecnología, mediante cursos de actualización a los colaboradores del área contable.
4. Implementar estrategias donde el Valor Económico Agregado guarde una relación directa con la creación de valor y establezca el propósito fundamental de acoger las políticas más adecuadas para dar prioridad a los cursos de acción con los medios económicos más adecuados que tenga la empresa y que sean potenciales, asegurando que al implementar EVA como un indicador financiero va a proporcionar revelaciones sobre las operaciones que permita tomar mejores decisiones para favorecer el progreso y desarrollo de la empresa.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Referencias referidas al tema

- Apaza Meza, Mario (2007). *Balanced scorecard gerencia estratégica y del valor*. Lima, Perú: Instituto Pacífico.
- Amat, O. (1999). *EVA: valor económico agregado; un nuevo enfoque para optimizar la gestión empresarial, motivar a los empleados y crear valor*. Bogotá: Norma.
- Arteche, W.; Rozas, W. (1999). *Conocimiento Estratégico; crear Valor con la gestión del Conocimiento*. Harvard Deusto Business Review.
- Aristóteles, *Política*, Biblioteca Omeba, 1967, vol. 1, p. 546.
- Brenes, L. (2004). *Dirección estratégica para organizaciones inteligentes*. San José: EUNED.
- Brigham, E., Houston (2013). *Fundamentals of Financial Management*. Thirteenth Edition.
- Chávez, J. (2013). *La performance del valor económico agregado (E.V.A.) y su distorsión ante las fluctuaciones de las tasas de interés contraídas por deudas*. Tesis para obtener el grado de Magister en la Universidad Mayor de San Marcos.
- Camargo, Barreto & Navarro (2010). *Estudio del método de valor económico agregado (EVA), como indicador de la gerencia basada en valor y la creación de valor en las empresa*. Tesis para obtener el título en Licenciatura en Contaduría Pública, en la Universidad de Oriente Núcleo de Monagas Grado de Doctor en Economía.
- Estrada, E. A (2012). *Modelo de Creación de Valor para la Rentabilidad de la Empresa Cementos Perú S.A.A*. Tesis para obtener el grado de Master en Diseño, Gestión y dirección de proyectos en la fundación Iberoamericana Trujillo.
- Fernández, P. (1999) *“Valorización de Empresas”*. Ediciones Gestión 2,000 Barcelona. España 1,999
- Forsyth Alarco, J. A. (2006). *Finanzas Empresariales: Rentabilidad y Valor*.
- Irimia, A. I. (2003). *La creación del valor para el accionista*. Madrid: Cia Inversiones Editoriales Dossat 2000.
- Marshall, A. (1890), *Principles of Economic*, MacMillan, London. (Versión española de la octava edición inglesa de 1920, Marshall, A. (1948): *Principios de Economía*, Aguilar, Madrid).
- Martin, J. y J. Petty, W (2001), *La gestión basada en el valor*. España: Gestión 2000.

- Orjuela, E. F. (2007). Calculo del Indicador de Valor Económico Agregado (EVA) de los operadores de Telefonía Móvil. Tesis para obtener el grado de Titulo de Economista de la Universidad de la Salle, en la Facultad de Economía.
- Pacheco, R. R (2009), presentó su tesis denominada “El EVA y la creación de valor en las empresas” en el año 2009, para obtener el grado de Doctor en Economía en la Universidad Nacional Mayor de San Marcos.
- Rafael, B (2009). Optimización de la gestión financiera y organizacional mediante el uso del valor económico agregado (EVA) en una empresa inmobiliaria. Tesis en la Universidad de San Carlos Guatemala maestría en Administración Financiera.
- Rappaport, A. (1998): Creating shareholder value, a guide for managers and investors. 2nd edition. New York: The Free Press.
- Rappaport, A. (2006). La creación de valor para el accionista. Barcelona: Deusto.
- Rodríguez Ocampo. J. F. (2010), presentó su tesis denominada “Análisis de la relación valor de mercado de las empresas del sector real colombiano y el EVA” en el año 2010, para obtener el grado académico de Finanzas en la Universidad ICESE, Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas, Cali-Colombia.
- Shiely, John S.; Stern, Joel M. (2001) The EVA Challenge: implementing value added change in an organization. USA: John Wiley & Sons Inc.
- Stuart, J. (1943), Principios de Economía Política, 1era Edición.
- Tong, J. (2013). Finanzas Empresariales: la decisión de inversión. Lima, Perú: Universidad del Pacífico.
- Van Horne, J. C. (2010). Fundamentos de Administración Financiera. México D.F., México: Prentice Hall.
- Vidarte, H. F. (2016). Procedimiento y aplicación del modelo Eva para el análisis de la rentabilidad en una empresa de transporte terrestre de carga en la ciudad Lambayeque durante los periodos 2012-2013 (Tesis de pregrado, Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, Chiclayo, Perú).

Referencias referidas a la metodología de la investigación

- Ander-Egg, E. (1995). Técnicas de Investigación Social. Buenos Aires: Editorial Lumen.
- Caballero, A. E. (2009). Innovaciones en las guías metodológicas y para los planes y tesis de maestría y doctorado. Lima: Instituto Metodológico ALEN CARO.
- Carrasco, S. (2006). Metodología de la Investigación Científica. Lima: San Marcos.

- Ibañez B. (1995). Manual para la elaboración de tesis. México: Editorial Trillas 2da Edición.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2007). Metodología de la investigación. México: Mc Graw Hill.
- Levin J. (1979) Fundamentos de estadística en la investigación social. México.
- López, W. (2013). Ocho pasos para el desarrollo de una investigación. Puerto Rico: Universidad de Puerto Rico en Humacao.
- Navas, J. (2010). Métodos, diseños y técnicas de investigación psicológica. Madrid: UNED.
- Sánchez H. y Reyes C. (2006) Metodología y Diseños en la investigación Científica. Lima.
- Sierra, R. (1999). TESIS DOCTORALES y trabajos de Investigación Científica. Madrid: Editorial Paraninfo.
- Tamayo, M. (2001). El proceso de la investigación científica. México: LIMUSA S.A.
- Torres, C. (1998). El proyecto de investigación científica. Lima: G.Herrera Editores.

ANEXOS

ANEXO 1. MATRIZ DE CONSISTENCIA

Tabla 22: “EL VALOR ECONÓMICO AGREGADO EN LA CREACIÓN DE VALOR EN LA EMPRESA MANTARI SWEATER S.A.C EN EL PERÍODO 2015 – 2016

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	INDICADORES	METODOLOGÍA
<p>PROBLEMA GENERAL ¿Cuál es el porcentaje de crecimiento o disminución en la creación de valor por el valor económico agregado en la empresa Mantari Sweater S.A.C en el período 2015-2016?</p>	<p>OBJETIVO GENERAL Determinar el porcentaje de crecimiento o disminución en la creación de valor por el valor económico agregado en la empresa Mantari Sweater S.A.C en el período 2015-2016.</p>	<p>HIPÓTESIS GENERAL El valor económico agregado presenta un porcentaje de crecimiento en la empresa Mantari Sweater S.A.C en el período 2015-2016.</p>	<p>VARIABLE INDEPENDIENTE</p> <p>X= Valor económico agregado (EVA)</p> <p>Y= Creación de valor</p>	<p>CAPITAL INVERTIDO</p>	<p>METODO UNIVERSAL : Método científico METODO GENERAL : Método inductivo- deductivo , analítico - sintético METODO ESPECIFICO: Método inferencial y matemización TIPO DE INVESTIGACION: Investigación Aplicada CLASE DE INVESTIGACION: Investigación social DISEÑO GENERAL: No experimental DISEÑO ESPECIFICO: Transeccional NIVEL DE INVESTIGACION: Descriptiva CATEGORIA DE INVESTIGACION: Científica POBLACION: Está conformado por los estados financieros de la empresa Mantari Sweater de los periodos económicos a partir de su funcionamiento. MUESTRA : Muestra Probabilística Intencionada La muestra estará conformada por los estados financieros de los periodos económicos 2015 y 2016. TECNICAS DE INVESTIGACION CINTIFICA: Técnica documental TECNICAS DE PROCESAMIENTO Y ANALISIS DE DATOS -Proceso : Utilizando software contable y Microsoft Excel -Análisis: El análisis de datos se realizara teniendo el capital invertido, CPCC, UAIDI y el EVA.</p>
				<p>COSTO PROMEDIO PONDERADO DE CAPITAL (CPCC)</p>	
<p>PROBLEMAS ESPECÍFICOS a).¿Cuál es el porcentaje de crecimiento o disminución del capital invertido en la empresa Mantari Sweater S.A.C en el período 2015-2016? b).¿Cuál es el porcentaje de crecimiento o disminución del Costo promedio ponderado de capital (CPCC) en la empresa Mantari Sweater S.A.C en el período 2015-2016? c).¿Cuál es el porcentaje de crecimiento o disminución de la UAIDI en la empresa Mantari Sweater S.A.C en el período 2015-2016?</p>	<p>OBJETIVOS ESPECÍFICOS a).Determinar el porcentaje de crecimiento o disminución del capital invertido en la empresa Mantari Sweater S.A.C en el período 2015-2016. b).Determinar el porcentaje de crecimiento o disminución del Costo promedio ponderado de capital (CPCC) en la empresa Mantari Sweater S.A.C en el período 2015-2016. c).Determinar el porcentaje de crecimiento o disminución de la UAIDI en la empresa Mantari Sweater S.A.C en el período 2015-2016</p>	<p>HIPÓTESIS ESPECÍFICAS a).El capital invertido presenta un porcentaje de crecimiento en la empresa Mantari Sweater S.A.C en el periodo 2015-2016 b).El costo promedio ponderado de capital (CPCC) presenta un porcentaje de crecimiento en la empresa Mantari Sweater S.A.C en el período 2015-2016. c).La UAIDI presenta un porcentaje de crecimiento en la empresa Mantari Sweater S.A.C en el período 2015-2016.</p>		<p>UTILIDAD ANTES DE INTERESES Y DESPUES DE IMPUESTOS (UAII)</p>	
			<p>RENTABILIDAD SOBRE INVERSION (ROI)</p>		

ANEXO 2

Estado de Situación Financiera
Al 31 de Diciembre del año 2015
(En nuevos soles)

Notas	Al 31 de Diciembre 2015	Notas	Al 31 de Diciembre 2015
Activos		Pasivos y Patrimonio	
Activos Corrientes		Pasivos Corrientes	
Efectivo y Equivalentes al Efectivo	288,165.74	Otros Pasivos Financieros	-
Otros Activos Financieros	-	Cuentas por pagar comerciales y otras cuentas por pagar	330.00
Cuentas por cobrar comerciales y otras cuentas por cobrar	-	Cuentas por Pagar Comerciales	-
Cuentas por Cobrar Comerciales (neto)	-	Otras Cuentas por Pagar	330.00
Otras Cuentas por Cobrar (neto)	-	Cuentas por Pagar a Entidades Relacionadas	-
Cuentas por Cobrar a Entidades Relacionadas	-	Ingresos diferidos	-
Inventarios	-	Otras provisiones	-
Activos Biológicos	-	Pasivos por Impuestos a las Ganancias	-
Activos por Impuestos a las Ganancias	-	Otros Pasivos no financieros	-
Otros Activos no financieros	-	Total de Pasivos Corrientes distintos de Pasivos incluidos en Grupos de Activos para su Disposición Clasificados como Mantenidos para la Venta	330.00
Total Activos Corrientes Distintos de los Activos o Grupos de Activos para su Disposición Clasificados como Mantenidos para la Venta o para Distribuir a los Propietarios	288,165.74	Pasivos incluidos en Grupos de Activos para su Disposición Clasificados como Mantenidos para la Venta	-
Activos no Corrientes o Grupos de Activos para su Disposición Clasificados como Mantenidos para la Venta	-	Total Pasivos Corrientes	330.00
Activos no Corrientes o Grupos de Activos para su Disposición Clasificados como Mantenidos para Distribuir a los Propietarios	-		
Activos no Corrientes o Grupos de Activos para su Disposición Clasificados como Mantenidos para la Venta o como Mantenidos para Distribuir a los Propietarios	-	Pasivos No Corrientes	
Total Activos Corrientes	288,165.74	Otros Pasivos Financieros	69,779.14
		Cuentas por pagar comerciales y otras cuentas por pagar	-
Activos No Corrientes		Cuentas por Pagar Comerciales	-
Otros Activos Financieros	-	Otras Cuentas por Pagar	-
Inversiones Contabilizadas Aplicando el Método de la Participación	-	Cuentas por Pagar a Entidades Relacionadas	-
Anticipos	-	Otros pasivos no financieros	-
Activos Biológicos	-	Total Pasivos No Corrientes	69,779.14
Propiedades de Inversión	-	Total Pasivos	70,109.14
Propiedades, Planta y Equipo (neto)	1 150,635.73		
Activos intangibles distintos de la plusvalía	-	Patrimonio	
Activos por impuestos diferidos	121,025.78	Capital Emitido	5,000.00
Total Activos No Corrientes	271,661.51	Acciones Propias en Cartera	-
		Resultados Acumulados	3 484,718.11
		Patrimonio Atribuible a los Propietarios de la Controladora	489,718.11
		Total Patrimonio	489,718.11
TOTAL DE ACTIVOS	559,827.25	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	559,827.25

Estado de Resultados
Al 31 de diciembre del año 2015
(En nuevos soles)

	Notas	Por el Periodo acumulado del 1 de Enero al 31 de diciembre del 2015
Ingresos de actividades ordinarias		751,786.91
Costo de Ventas		-215,418.10
Ganancia (Pérdida) Bruta		536,368.81
Gastos de Ventas y Distribución		-1,213.11
Gastos de Administración	4	-188,380.74
Ganancia (Pérdida) de la baja en Activos Financieros medidos al Costo Amortizado		-
Otros Ingresos Operativos		-
Otros Gastos Operativos		-
Otras ganancias (pérdidas)		-
Ganancia (Pérdida) por actividades de operación		346,774.96
Ingresos Financieros		-
Gastos Financieros		-14,209.70
Diferencias de Cambio neto		-
Participación en los Resultados Netos de Asociadas y Negocios Conjuntos Contabilizados por el Método de la Participación		-
Ganancias (Pérdidas) que surgen de la Diferencia entre el Valor Libro Anterior y el Valor Justo de Activos Financieros Reclasificados Medidos a Valor Razonable		-
Diferencia entre el importe en libros de los activos distribuidos y el importe en libros del dividendo a pagar		-
Resultado antes de Impuesto a las Ganancias		332,565.26
Gasto por Impuesto a las Ganancias		-99,769.58
Ganancia (Pérdida) Neta de Operaciones Continuas		232,795.68
Ganancia (pérdida) procedente de operaciones discontinuadas, neta del impuesto a las ganancias		-
Ganancia (Pérdida) Neta del Ejercicio		232,795.68

NOTAS DE LOS ESTADOS FINANCIEROS

AL 31 DE DICIEMBRE DE 2015

(En nuevos soles)

NOTA 1: Inmueble Maquinaria y Equipo		2,015.00	
Código	Denominación	Corriente	No Corriente
3331301	Maquinaria		29,473.00
3331304	Remalladora		1,827.00
3331306	Comp.4.ohp 20gal(H)		1,355.93
3331307	Maquinaria de coser de costura recta		1,101.69
3331308	Maquinaria bastera industrial		3,101.69
333131	Tejedora computarizada 01		78,798.30
333132	Tejedora computarizada 02		75,227.12
3361101	Computadora 01		5,060.00
336111	Minicomponente		1,225.76
391321	Maquinarias y equipo		-42,839.99
391351	Equipos diversos		-3,694.77
TOTAL		-	150,635.73

NOTA 2 : Otras cuentas por pagar		2,015.00	
Código	Denominación	Corriente	No Corriente
4031	ESSALUD	135.00	
4032	ONP	195.00	
TOTAL		330.00	-

NOTA 3: Resultados acumulados		2,015.00	
Código	Denominación	Corriente	No Corriente
59111	Utilidad acumulada 2014	251,922.43	
59111	Utilidad acumulada 2015	232,795.68	
TOTAL		726,697.37	-

NOTA 4: Gastos Administrativos		2,015.00	
Código	Denominación	Corriente	No Corriente
94111	Gastos administrativos	135,490.65	
94211	Sueldos y salarios	18,000.00	
94271	Reg. prestaciones de salud	1,620.00	
94311	Transporte de carga	3,505.07	
94312	Correos	915.67	
94313	Alojamiento	1,906.78	
94314	Alimentación	1,213.32	
94322	Legal y tributario	147.07	

94329	Otros	1,206.00	
94351	Edificaciones	1,694.92	
94364	Telefonía Móvil	702.05	
94371	Publicidad	165.43	
94413	Impuesto temporal a los activos	45.76	
94419	Otros	243.34	
94421	Gobierno regional	2,407.14	
94813	Depreciación maquinarias y equipos	368.98	
94814	Maquinaria y equipos	18,748.56	
TOTAL		188,380.74	-

Estado de Situación Financiera

Al 31 de Diciembre del año 2016

(En soles)

	Notas	Al 31 de Diciembre 2016		Notas	Al 31 de Diciembre 2016
Activos			Pasivos y Patrimonio		
Activos Corrientes			Pasivos Corrientes		
Efectivo y Equivalentes al Efectivo		303,750.70	Otros Pasivos Financieros		-
Otros Activos Financieros		-	Cuentas por pagar comerciales y otras cuentas por pagar		562.00
Cuentas por cobrar comerciales y otras cuentas por cobrar		-	Cuentas por Pagar Comerciales		-
Cuentas por Cobrar Comerciales (neto)		-	Otras Cuentas por Pagar	2	562.00
Otras Cuentas por Cobrar (neto)		-	Cuentas por Pagar a Entidades Relacionadas		-
Cuentas por Cobrar a Entidades Relacionadas		-	Ingresos diferidos		-
Inventarios		-	Otras provisiones		-
Otros Activos no financieros		-	Total de Pasivos Corrientes distintos de Pasivos incluidos en Grupos de Activos para su Disposición Clasificados como Mantenidos para la Venta		562.00
Total Activos Corrientes Distintos de los Activos o Grupos de Activos para su Disposición Clasificados como Mantenidos para la Venta o para Distribuir a los Propietarios		303,750.70	Pasivos incluidos en Grupos de Activos para su Disposición Clasificados como Mantenidos para la Venta		-
Activos no Corrientes o Grupos de Activos para su Disposición Clasificados como Mantenidos para la Venta		-	Total Pasivos Corrientes		562.00
Activos no Corrientes o Grupos de Activos para su Disposición Clasificados como Mantenidos para Distribuir a los Propietarios		-			
Activos no Corrientes o Grupos de Activos para su Disposición Clasificados como Mantenidos para la Venta o como Mantenidos para Distribuir a los Propietarios		-	Pasivos No Corrientes		
Total Activos Corrientes		303,750.70	Otros Pasivos Financieros		52,488.26
			Cuentas por pagar comerciales y otras cuentas por pagar		-
Activos No Corrientes			Cuentas por Pagar Comerciales		-
Otros Activos Financieros		-	Otras Cuentas por Pagar		-
Inversiones Contabilizadas Aplicando el Método de la Participación		-	Cuentas por Pagar a Entidades Relacionadas		-
Cuentas por cobrar comerciales y otras cuentas por cobrar		-	Ingresos Diferidos		-
Cuentas por Cobrar Comerciales		-	Provisión por Beneficios a los Empleados		-
Otras Cuentas por Cobrar		-	Otras provisiones		-
Cuentas por Cobrar a Entidades Relacionadas		-	Pasivos por impuestos diferidos		-
Activos Biológicos		-	Total Pasivos No Corrientes		52,488.26
Propiedades de Inversión		-	Total Pasivos		53,050.26
Propiedades, Planta y Equipo (neto)	1	145,475.83			
Activos intangibles distintos de la plusvalía		-	Patrimonio		
Activos por impuestos diferidos		27,859.39	Capital Emitido		5,000.00
Plusvalía		-	Resultados Acumulados	3	419,035.66
Total Activos No Corrientes		173,335.22	Patrimonio Atribuible a los Propietarios de la Controladora		-
			Total Patrimonio		424,035.66
TOTAL DE ACTIVOS		477,085.92	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO		477,085.92

Estado de Resultados
Al 31 de diciembre del año 2016
(En soles)

Por el Periodo
acumulado del 1
de Enero al 31 de
diciembre del 2016

	Notas	
Ingresos de actividades ordinarias		754,741.55
Costo de Ventas		-201,423.01
Ganancia (Pérdida) Bruta		553,318.54
Gastos de Ventas y Distribución		-1,842.41
Gastos de Administración	4	-279,762.70
Ganancia (Pérdida) de la baja en Activos Financieros medidos al Costo Amortizado		-
Otros Ingresos Operativos		-
Otros Gastos Operativos		-
Otras ganancias (pérdidas)		-
Ganancia (Pérdida) por actividades de operación		271,713.43
Ingresos Financieros		-
Gastos Financieros		-13,046.79
Diferencias de Cambio neto		-
Participación en los Resultados Netos de Asociadas y Negocios Conjuntos Contabilizados por el Método de la Participación		-
Ganancias (Pérdidas) que surgen de la Diferencia entre el Valor Libro Anterior y el Valor Justo de Activos Financieros Reclasificados Medidos a Valor Razonable		-
Diferencia entre el importe en libros de los activos distribuidos y el importe en libros del dividendo a pagar		-
Resultado antes de Impuesto a las Ganancias		258,666.64
Gasto por Impuesto a las Ganancias		-72,426.66
Ganancia (Pérdida) Neta de Operaciones Continuas		186,239.98
Ganancia (pérdida) procedente de operaciones discontinuadas, neta del impuesto a las ganancias		-
Ganancia (Pérdida) Neta del Ejercicio		186,239.98

NOTAS DE LOS ESTADOS FINANCIEROS

AL 31 DE DICIEMBRE DE 2016

(En nuevos soles)

NOTA 1: Inmueble Maquinaria y Equipo		2,016.00	
Código	Denominación	Corriente	No Corriente
33311101	Taladro de columna		1,016.95
33311102	Máquina de soldar tc 180		1,016.95
3331301	Maquinaria		29,473.00
3331304	Remalladora		1,827.00
3331306	Comp.4.ohp 20gal(H)		1,355.93
3331307	Maquinaria de coser de costura recta		1,101.69
3331308	Maquinaria bastera industrial		2,101.69
3331309	Máquina splicer 2016		4,393.22
333131	Tejedora computalizada 01		78,798.30
3331310	Maquinaria remalladora industrial		2,245.76
3331311	Maquinaria remalladora industrial		3,093.22
333132	Tejedora computalizada 02		75,227.12
3361101	Computadora 01		3,060.00
3361105	Monitor samsung s22e310 led 22p		2,796.61
3361106	Computadora cor i7		2,118.64
336111	Minicomponente		1,016.02
33691101	Televisor led smart 2016		1,355.08
33691102	Cámara canon		2,541.53
391321	Maquinarias y equipo		-62,873.88
391351	Equipos diversos		-6,189.00
TOTAL		-	145,475.83

NOTA 2 : Otras cuentas por pagar		2,016.00	
Código	Denominación	Corriente	No Corriente
4031	ESSALUD	230.00	
4032	ONP	332.00	
TOTAL		562.00	-

NOTA 3: Resultados acumulados		2,016.00	
Código	Denominación	Corriente	No Corriente
59111	Utilidad acumulada 2015	232,795.68	
59111	Utilidad acumulada 2016	186,239.98	
TOTAL		419,035.66	-

NOTA 4: Gastos Administrativos		2,016.00	
Código	Denominación	Corriente	No Corriente
94111	Gastos administrativos	23,185.60	
94211	Sueldos y salarios	28,650.00	
942141	Gratificaciones	4,774.99	
942211	Otras remuneraciones	459.00	
94271	Reg prestaciones de salud	2,578.50	
942911	Compensación por el tiempo de servicio	2,542.04	
94311	Transporte de carga	13,258.57	
94312	Correos	1,998.49	
94313	Alojamiento	1,788.14	
94314	Alimentación	1,842.73	
93211	Administrativa	3,000.00	
94322	Legal y tributario	10,642.37	
943241	Mercadotecnia	6,711.39	
943291	Producción	6,000.00	
94329	Otros	10,768.82	
943311	Producción encargada a terceros	136,617.80	
943411	Mant. Y rep. Inversión inmobiliaria	2,400.00	
943431	Mant. Y rep. Inversión inmobiliaria	155.00	
943611	Energía eléctrica	331.11	
943631	Agua	235.08	
943632	Movil	1,657.88	
943721	Publicaciones	131.30	
948142	Maquinas y equipos	20,033.89	
TOTAL		279,762.70	-

ANEXO 3

SIMULADOR DE CRONOGRAMA - PRESTAMOS Y CONSOLIDACIÓN DE DEUDA - BANCO RIPLEY PERÚ

Préstamo solicitado		80,000.00
Moneda		SOLES
TEA		22.71%
Numero de cuotas		48
Fecha de desembolso		15/01/2015
Día de pago		4
Plazo de gracia		0
Seguro de desgravamen		TITULAR
Valor de la Garantía en US\$		-
CUOTA MENSUAL	SI.	2,528.06
MONTO TOTAL FINANCIADO	SI.	80,850.00
SEGURO DESGRAVAMEN FINANCIADO	SI.	850.00
TASA DE COSTO EFECTIVO DEL CRÉDITO (TCEA)		23.78%

0 : 30 días
1 : 60 días
2 : 90 días

CRONOGRAMA DE PAGOS

(REFERENCIAL-VALORES APROXIMADOS)

CUOTA	VENCIMIENTO	SALDO	AMORT.	PAGO DE	COMISION	CUOTA
		DEUDOR	CAPITAL	INTERESES	MANTTO.	
1	04-mar-15	80,850.00	291.51	2,236.54		2,528.06
2	04-abr-15	80,558.49	1,095.79	1,432.26		2,528.06
3	04-may-15	79,462.69	1,161.24	1,366.82		2,528.06
4	04-jun-15	78,301.45	1,135.92	1,392.13		2,528.06
5	04-jul-15	77,165.53	1,200.75	1,327.30		2,528.06
6	04-ago-15	75,964.78	1,177.47	1,350.59		2,528.06
7	04-sep-15	74,787.31	1,198.40	1,329.66		2,528.06
8	04-oct-15	73,588.91	1,262.27	1,265.78		2,528.06
9	04-nov-15	72,326.64	1,242.15	1,285.91		2,528.06
10	04-dic-15	71,084.49	1,305.35	1,222.71		2,528.06

ANEXO 4

CÁLCULO DEL EVA

FÓRMULA GENERAL: EVA= UAIDI - (ANF * CPPC)

UAIDI = Utilidad Antes de Intereses Después de Impuestos

ANF = Activo Neto Financiado

CPPC = Costo Promedio Ponderado de Capital

PASO 1:

	2016	2015
	S/.	S/.
Ventas netas o ingresos por servicios	754,741.55	751,786.91
(-) Descuentos , rebajas y bonificaciones concedidas	-	-
Ventas netas	754,741.55	751,786.91
(-) Costo de ventas	-201,423.01	-215,418.10
Utilidad bruta	553,318.54	536,368.81
(-) GASTOS OPERATIVOS		-
		-
(-) Gastos de venta	-1,842.41	-1,213.11
(-) Gastos de administración	-279,762.70	-188,380.74
Utilidad operativa	271,713.43	346,774.96
(+) (-) OTROS INGRESOS Y EGRESOS		-
		-
(-) Gastos financieros	-13,046.79	-14,209.70
(+) Ingresos financieros gravados	-	-
(+) Otros ingresos gravados	-	-
(+) Enajenación de valores y bienes del activo fijo	-	-
(-) Costo de enajenación de valores y bienes del activo fijo	-	-
(-) Gastos diversos	-	-

R A P E I	258,666.64	332,565.26
BASE IMPONIBLE PARA EL IMPTO.RENTA	258,666.64	332,565.26
IMPUESTO A LA RENTA Tasa del 28%	-72,426.66	-99,769.58

	2016	2015
UAIDI	199,286.77	247,005.38

PASO 2:

ESTADO DE RESULTADOS

Pasivo Corriente		
Deuda a Corto Plazo	562.00	330.00
Pasivo No Corriente		
Deuda a Largo Plazo	52,488.26	69,779.14
Patrimonio	1,003,399.76	731,697.00

ANF = DEUDA A CORTO PLAZO + DEUDA A LARGO PLAZO + PATRIMONIO

	2016	2015
ANF	1,056,450.02	559,827.25

PASO 3:

Para calcular el crecimiento anual promedio en el Sector Manufactura presentó un crecimiento promedio anual de 2,2 por ciento, menor al crecimiento de la producción nacional de 6,3 por ciento, en parte explicado por la paralización del 2009 al 2012 del Complejo Metalúrgico La Oroya.

Fuente: Banco Central de Reserva del Perú

2015					
% De Participación			TASAS	CPPC	
DEUDA A CORTO					
PLAZO	330.00			0.664%	
DEUDA A LARGO					
PLAZO	69,779.14	6.63630%	10%		
PATRIMONIO	489,718.11	87.48%	2.2000%	1.924%	
ANF	559,827.25	100%	1	2.588%	CPPC

2016					
% De Participación			TASAS	CPPC	
Deuda A Corto Plazo	562.00			0.502%	
Deuda A Largo Plazo	52,488.26	5.02%	10%		
Patrimonio	1,003,399.76	94.98%	2%	2.090%	
ANF	1,056,450.02	100%	1	2.592%	CPPC

PASO 4:

EVA= UAIDI - (ANF * CPPC)

	2015	2016
EVA	218,306.70	171,906.95

