



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE
FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA
PROGRAMA DE ESTUDIO DE CONTABILIDAD**

**LOS COSTOS DE VENTAS Y SU EFECTO EN LA RENTABILIDAD DE LAS PEQUEÑAS
Y MEDIANAS EMPRESAS DEL PERÚ CASO: ROBERTO & XIOMARA E.I.R.L. - PIURA
2023**

TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE CONTADOR PÚBLICO

AUTOR

RODRIGUEZ MORANTE, CHRISTIAN ALFREDO

ORCID:0000-0001-5705-178X

ASESOR

GONZALES RENTERIA, YURI GAGARIN

ORCID:0000-0002-6859-7996

CHIMBOTE-PERÚ

2024



FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA

PROGRAMA DE ESTUDIO DE CONTABILIDAD

ACTA N° 0123-064-2024 DE SUSTENTACIÓN DEL INFORME DE TESIS

En la Ciudad de **Chimbote** Siendo las **09:00** horas del día **16** de **Junio** del **2024** y estando lo dispuesto en el Reglamento de Investigación (Versión Vigente) ULADECH-CATÓLICA en su Artículo 34º, los miembros del Jurado de Investigación de tesis de la Escuela Profesional de **CONTABILIDAD**, conformado por:

TORRES GARCIA LUIS ALBERTO Presidente
ESPEJO CHACON LUIS FERNANDO Miembro
RIVAS MENDOZA MILAGROS ISABEL Miembro
Dr. GONZALES RENTERIA YURI GAGARIN Asesor

Se reunieron para evaluar la sustentación del informe de tesis: **LOS COSTOS DE VENTAS Y SU EFECTO EN LA RENTABILIDAD DE LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS DEL PERÚ CASO: ROBERTO & XIOMARA E.I.R.L. - PIURA 2023**

Presentada Por :
(0803181242) **RODRIGUEZ MORANTE CHRISTIAN ALFREDO**

Luego de la presentación del autor(a) y las deliberaciones, el Jurado de Investigación acordó: **APROBAR** por **UNANIMIDAD**, la tesis, con el calificativo de **14**, quedando expedito/a el/la Bachiller para optar el TITULO PROFESIONAL de **Contador Público**.

Los miembros del Jurado de Investigación firman a continuación dando fe de las conclusiones del acta:

TORRES GARCIA LUIS ALBERTO
Presidente

ESPEJO CHACON LUIS FERNANDO
Miembro

RIVAS MENDOZA MILAGROS ISABEL
Miembro

Dr. GONZALES RENTERIA YURI GAGARIN
Asesor



CONSTANCIA DE EVALUACIÓN DE ORIGINALIDAD

La responsable de la Unidad de Integridad Científica, ha monitorizado la evaluación de la originalidad de la tesis titulada: LOS COSTOS DE VENTAS Y SU EFECTO EN LA RENTABILIDAD DE LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS DEL PERÚ CASO: ROBERTO & XIOMARA E.I.R.L. - PIURA 2023 Del (de la) estudiante RODRIGUEZ MORANTE CHRISTIAN ALFREDO, asesorado por GONZALES RENTERIA YURI GAGARIN se ha revisado y constató que la investigación tiene un índice de similitud de 22% según el reporte de originalidad del programa Turnitin.

Por lo tanto, dichas coincidencias detectadas no constituyen plagio y la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

Cabe resaltar que el turnitin brinda información referencial sobre el porcentaje de similitud, más no es objeto oficial para determinar copia o plagio, si sucediera toda la responsabilidad recaerá en el estudiante.

Chimbote, 12 de Julio del 2024



Mgtr. Roxana Torres Guzman
RESPONSABLE DE UNIDAD DE INTEGRIDAD CIENTÍFICA

Dedicatoria

Esto va dedicado a mi familia a quien amo con todo mi corazón, quienes me han brindado todo su apoyo desde que empecé la carrera, han estado ahí cada paso que eh dado para poder crecer de manera profesional y como persona. Me han aconsejado, cuidado de mí y sobre todo me han dado su amor incondicional, siendo lo más preciado que tengo, motivándome siempre a culminar este largo camino. También se lo dedico a mi padre y a mis abuelas que desde el cielo me ven cada paso que doy y me protegen siempre ante cualquier adversidad. De igual manera se lo dedico Dios porque gracias a él soy la persona que soy tanto profesional y como ser humano.

Agradecimiento

Le agradezco a Dios por la familia que me ha dado, las personas que ha puesto en mi camino y las que me ha quitado también porque han tenido su impacto en mí y hoy por hoy gracias a eso soy la persona que soy dándome la determinación para terminar mi profesional. Agradecido con mi madre que me a dado todo lo que eh necesitado en esta vida, a mi hermana por los consejos, a ambas por su apoyo incondicional, a mi padre que, aunque no está con vida siempre pensó en nosotros y no nos dejó desamparados. A mis dos abuelas que fueron dos madres más que siempre se preocupaban por mi y me daban ese amor que nadie más te lo puede dar, a mis tíos que fueron mis figuras paternas dándome siempre consejos y sobre todo enseñanzas, solo me queda decir a todos gracias por todo, se ha culminado mi carrera profesional y empieza una nueva etapa en mi vida.

Índice General

Carátula	I
Dedicatoria	IV
Agradecimiento	V
Índice General	VI
Lista de Tablas.....	VIII
Lista de Cuadros	IX
Resumen.....	X
Abstract	XI
I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	1
1.1 Descripción del problema	1
1.2 Formulación del problema	7
1.3 Objetivo general.....	7
1.4 Objetivos específicos	7
1.5 Justificación	7
II. MARCO TEORICO	9
2.1. Antecedentes	9
2.1.1. Antecedentes Internacionales.....	9
2.1.2. Antecedentes Nacionales	10
2.1.3. Antecedentes Regionales	13
2.2 Bases Teóricas.....	15
2.2.1. Costos	15
2.2.2. Rentabilidad.....	19
2.2.3. Las Pyme	24
2.3. Hipótesis	27
III. METODOLOGÍA	28
3.1 Nivel, Tipo y Diseño de Investigación	28
3.2 Población y muestra.....	28
3.3 Operacionalización de las Variables	29
3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos / información.....	32
3.5 Método de análisis de datos / información	32
3.6 Aspectos Éticos	32
IV. RESULTADOS.....	34

V. Discusiones	45
VI. Conclusiones	50
VII. Recomendaciones	52
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.....	53
ANEXOS	60
Anexo 01. Matriz de Consistencia.....	60
Anexo 02. Instrumento de recolección de información.....	62
Anexo 03: Ficha Técnica de los Instrumentos.....	65
Anexo 04: Formato de consentimiento informado	70

Lista de Tablas

Tabla 1: Operacionalización de las variables.....	29
---	----

Lista de Cuadros

Cuadro N° 1: Resultados del Objetivo específico 1	34
Cuadro N° 2: Resultados del objetivo específico 2	39
Cuadro N° 3: Resultados del objetivo específico 3	41

Resumen

Los costos de ventas es algo fundamental en una empresa pues estos generan un impacto importante en su rentabilidad, al no tener un control adecuado de estos, si son elevados puede que la empresa no la pase bien, lo que va a generar que pase por dificultades al momento de ver cuan rentable puede ser. Por ello la investigación tuvo como objetivo: determinar el efecto de los costos de ventas en la rentabilidad de las pequeñas y medianas empresas del Perú Caso: Roberto & Xiomara E.I.R.L. Piura 2023. La metodología empleada fue de enfoque cualitativo, de nivel descriptivo, diseño no experimental; se empleó la revisión de bibliografía y la entrevista como técnicas, así mismo fichas bibliográficas y un cuestionario como instrumentos. Los resultados demostraron que la empresa tiene algunos costos de ventas elevados, generando que la rentabilidad de la misma se vea comprometida provocando un margen de las ganancias estrecho. También se dedujo que la empresa en estudio debe de tener más énfasis en los costos indirectos porque es el soporte para que todo se desarrolle sin ningún problema, se puedan gestionar sus operaciones y sea lo más lucrativa posible. Como conclusión final, se dedujo que la empresa mantiene un control adecuado de los costos de ventas y de su rentabilidad momentánea dándole una estabilidad, pero debe de ajustar ciertos aspectos para que pueda ser más lucrativa y no tener incertidumbre de que algo pueda variar provocando un cambio significativo para la empresa.

Palabras clave: Costos de Ventas, Rentabilidad, PYME.

Abstract

Sales costs are fundamental in a company because they generate a significant impact on its profitability, by not having adequate control of these, if they are high the company may not have a good time, which will cause it to go through difficulties. when you see how profitable it can be. Therefore, the objective of the research was: to determine the effect of sales costs on the profitability of small and medium-sized companies in Peru Case: Roberto & Xiomara E.I.R.L. Piura 2023. The methodology used was a qualitative approach, descriptive level, non-experimental design; Literature review and interviews were used as techniques, as well as bibliographic files and a questionnaire as instruments. The results showed that the company has some high sales costs, causing its profitability to be compromised, causing a narrow profit margin. It was also deduced that the company under study should have more emphasis on indirect costs because it is the support so that everything develops without any problem, its operations can be managed and it is as lucrative as possible. As a final conclusion, it was deduced that the company maintains adequate control of sales costs and its momentary profitability, giving it stability, but it must adjust certain aspects so that it can be more profitable and not have uncertainty that something may change causing a significant change for the company.

Keywords: Sales Costs, Profitability, SME.

I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Descripción del problema

Las pymes son destacadas en todo el planeta debido a que representan el primer paso de una persona audaz con ganas de salir adelante, también simbolizan el sostenimiento de millones de descendientes. Además, a comparación de las grandes compañías, afrontan desafíos para poder subsistir, debido a que están más comprometidas con agentes que las pueden hacer desvanecer. Hay circunstancias que perjudican el progreso de las pymes, como el comercio ambulatorio o informal, debido a que produce un enfrentamiento desleal con las compañías que están establecidas legalmente. De igual manera, las pymes por lo general tienen una menor oportunidad de alcanzar un financiamiento. Logran a tener distintos retos que están adheridos a procesos operativos, posibilidades de capacitación y acceso a la tecnología. Sin mencionar que son débiles ante las dificultades económicas locales, nacionales y mundiales. Debido a esto, para las pymes es primordial tramitar apropiadamente su procedimiento que les faculte consolidar todas sus ejecuciones de ventas, servicio desde un mismo lugar y marketing. (Zentner, 2021)

Las pymes en el Perú cumplen un rol muy significativo debido a que producen gran abundancia de servicios, bienes y esto a su vez producen trabajo, las pyme simbolizan hoy por hoy una gran proporción para el lienzo remunerador de la economía debido a que son una gran cifra de comercios que existen los cuales originan posibilidades laborales para las demás personas y con el pasar de las estaciones se han ido propagando de tal forma que en el presente son las compañías que más rebotan en otras regiones del Perú, se han instaurado con mayor vigor produciendo que en algunas instancias sean las únicas organizaciones que conocen. (Paucar, 2020)

Según (Damián, 2020) nos indica, que las pyme son como cualquier otra entidad en donde se solicita personas para trabajar, estas personas laboran pero en condiciones opuestas debido a que tienen contratos diferentes, hay obreros no retribuidos y otros en cambio que si perciben retribuciones por su empleo, a pesar de que son quienes encabezan en la compañía la fuerza operativa de las pyme, quienes han sido tenidos en cuenta al momento de sacar cálculos dentro de la actividad que solicita las pyme, estas contemplan que al cooperar los trabajadores benefician con su invención y perseverancia las diligencias económicas de las compañías.

Las perseverantes variaciones que hay en los comercios ocasionan que las compañías tengan que estar considerando perseverantemente sus funciones, la conducta característica

de los consumidores, la calidad de los recursos y servicios que entrega, etc. ocasionando que sea imprescindible que la administración realice acciones a favor del ambiente en contexto en el que se subsiste, de tal manera en cómo fue en época del Covid – 19 cuando las compañías se acondicionaron al cambio de vida, lo cual ocasionó que varias compañías no entendieran de qué manera proceder, ocasionando que cerraran, sin embargo las que sí se lograron adaptar promovieron la creatividad e innovación de las compañías de manera incesante en un comercio mundial tan cambiante. (Colina et al, 2021)

En la actualidad las pymes son consideradas un gran impacto en la economía la nación debido a que, si discutimos de números, las pymes simbolizan el 96.5% de las compañías que se localizan activas y las cuales producen 7 millones de puestos laborales, los cuales son el 45% de la gente económicamente activa y lo cual ocasiona el 21% del PBI, debido a esto el país tiene un apropiado desarrollo económico. Por ello la presidencia está laborando mano a mano con las pymes para que se tenga un incremento en la económica en los otros departamentos de la nación para que así el incremento no se concentre solo en la Lima como se puede apreciar en algunas ocasiones, por eso se está proponiendo realizar proyectos para que laboren sin conflicto, desarrollar sus trabajos sin preocupaciones y buscando el progreso. (Cañari, 2023)

Las pymes se encuentran por todos lados a nuestras inmediaciones, desde alguna heladería o un café, con un solo establecimiento, en tu distrito. Estas compañías son parcialmente reducidas, además cuentan con una mínima cantidad de trabajadores y fondos reducidos. Una pyme por lo general labora con menos de 10 trabajadores e inicia con un capital reducido. En las naciones en crecimiento, la carencia obliga a los microempresarios a protagonizar en gran parte al sector en pequeñas compañías. Ellos dan una mejor valoración en la economía al crear estas microempresas, adaptar mejor los ingresos y moderar el costo general de los comercios. El número de microempresarios es elevado (en gran parte del planeta) debido a que es usual no localizar una formación apropiada o empleos formales vacantes. Las pymes en otras palabras son indispensables tanto para la economía regional y nacional. Se puede apreciar que establecen la mayor parte de las compañías y cooperan con una cantidad importante de plazas laborales. Por lo tanto, son de trascendental consideración para el progreso de muchos individuos y sociedades. (UP Posgrados Empresariales, 2019)

Cuando nos referimos a pensar que es un costo en solitario no tiene un concepto determinado, pero abarca el ofrecer de cualquier cosa a cambio de obtener otra, a su vez se

puede determinar en periodos financieros los bienes empleados han podido conseguir los propósitos trazados por la empresa, es necesario indicar que se puede vincular con otros vocablos los cuales pueden ser capital, oportunidad, social, producción, entre otras palabras. Es por ello que para que el vocablo costos se le asocie con actividades que puedan determinar la ocupación debidamente decretada. Dada la multiplicidad en la determinación del vocablo costo en algunas posibilidades se ocasionan tergiversaciones o diferentes sucesos se llega a deducciones equivocadas. (Arias et al, 2020)

Es bueno recalcar que mantener un dominio de los costos en una compañía es valorado y a su vez es de gran importancias, también son valorados por comercios que son de poca amplitud como las de capacidad intermedia, el delimitar los costos de una compañía es fundamental debido a que ayudará al instante en la toma de soluciones, entre dichas soluciones puede estar disminuir los costos lo cual ayudará de gran manera a controlar los procedimientos que producen más costos que otros, es de esta manera en que se presta más interés ya que el comprender los costos de una compañía ayudará a conocer los rendimientos que dicha empresa al momento de culminar un periodo donde obtendrá en el mejor de los casos ganancias y en el peor una pérdida. (Soto, 2021)

Para obtener una existencia en la diligencia de los costos se computa con una herramienta con la cual se podrá calcular la importancia de la información, se debe escoger un rango de existencia que prometa una valoración en su efectividad del procedimiento para favorecer al administrador financiero en la ejecución de sus compromisos, en otras palabras, desarrollar operaciones que permitan conocer el costo de un artículo, elaboración de planes, diseño y la programación pero esto no ayudará si las averiguaciones obtenidas se modifican de alguna manera consiguiendo una rentabilidad que desfavorecerá a la compañía. (Cevallos, 2021)

Cuando se lleva un dominio en los costos es por alguna intención, en primera instancia el calcular el costos de servicios y bienes que se ofrecen, posteriormente la diligencia de estos para luego realizar un estudio económico, la indagación que se obtendrá frente a los costos será de gran rendimiento para se refleje en la contabilidad administrativa y después en la financiera de una empresa, de esta forma dichos costos son el comienzo de muchas contrariedades por ello que se confecciona un sistema de costos engorroso con la intención de suministrar testimonios, los cuales son más imprescindibles y de esta manera empequeñecer las exageraciones de sus costos que se puedan dar al instante de ejecutar los procedimientos. (Villalba et al, 2021)

Para poder diagnosticar el propósito que tienen los procedimientos de costos se tiene que hacer un acopio de todos los testimonios que se puedan conseguir, el cual será utilizado por el individuo a cargo que por lo habitual es el administrador, para poder constituir el importes de los artículos que se brindan al consumidor, al fiscalizar sus abastecimientos, utilizando decisiones disciplinadas en los métodos que se realicen y teniendo en consideración saber el costo venta de sus servicios y bienes. Suministrando requerimientos y peculiaridades de cada entidad, los costos se emplearán según la necesidad de la forma en que se apilen para poder liquidar lo utilizado y así se poder reunirlo para que no se calculen costos grandes. (Lopez , 2020)

(Encalada et al, 2021), nos dice que el rendimiento se refleja en una estimación de bienes en una compañía con la intención de obtener su importe sin contemplar la manera en cómo se han financiado, siendo más sencilla la equiparación del rendimiento entre otras entidades previniendo que las disconformidades en las diferentes conformaciones financieras, las cuales se certifican por medio del abono de los intereses, teniendo una valoración en el rendimiento. Dicho rendimiento se divide en dos tipos el primero demuestra el vínculo que tienen las ganancias con la rentabilidad y el segundo donde se observa el vínculo de la adquisición con la rentabilidad, al empalmarlas hace evidenciar la efectividad de los procedimientos realizados por la empresa.

En el momento en que se requiera saber la proporción entre el rendimiento que tiene una entidad se debe considerar en beneficio que se obtiene, esto se realiza primero utilizando los EE.FF y después mediante la examinación del precio del dinero al pasar el tiempo, siendo de esta manera un procedimiento más complicado. Al instante de escoger un procedimiento se debe utilizar reconociendo las necesidades que tiene una compañía sea el procedimiento que se emplee tiene un solo propósito, el cual es el determinar las finanzas de la compañía para que el capital económico que se utilice pronostique circunstancias de riesgo, de esta forma ayudará a que se produzca una apropiada toma de decisiones acerca de las decisiones a utilizar en una empresa. (Córdova et al, 2022)

(Rincón et al, 2019) nos dice: De otra manera, una cuestión cautivadora son los cuadros de los costos donde ingresa a tallar indagaciones de comprobación, logística, operativa y financiera que se alcanzan por medio los procedimientos de costo que después son utilizados para la precisa toma de decisiones, por lo tanto estos indicadores ayudan para realizar la toma de ética a los clientes ya sea positiva, negativo o neutral de acuerdo a las eventualidades que se pronostican al ser inspeccionadas con los estudios requeridos. El

tomar conciencia de los cuadros da a conocer estudios técnicos que incentivan a los clientes lo cual influye en las circunstancias que produce estimar una conmoción sobre la deducción y la determinación del indicador.

El rendimiento produce que se examine la disposición que tiene una compañía de poder abonar a sus socios, como una ganancia después de la renta, dichos socios son los que han dado la subvención de la compañía, aquí se comprende el capital y la ganancia al instante de utilizar los bienes como un lucro anticipado de los tributos donde se proyectan los beneficios a futuro, de la misma forma se demuestra cómo es que la ganancia que se consigue mediante los ingresos, en otras palabras, las ventas por medio del canje de dinero y también se debe tener en cuenta los gastos vinculados a las adquisiciones de la compañía la cual es una causa considerable para el rendimiento. Lo que interviene en el rendimiento es conservar un adecuado dominio de sus activos y de sus pasivos, cuando hay obstáculos en este punto ocasiona que la solvencia de una compañía se vea dañada dando como resultado no poder concluir con los compromisos, es decir, el desembolso de dinero a proveedores si no se realiza ocasionaría que se tenga que pedir un financiamiento mediante un financiamiento de una compañía bancaria y así poder tapar los pagos pendientes. (Álvarez & Pizarro, 2020)

El rendimiento a nivel internacional tiene varios puntos de vista, de tal manera tenemos: en Indonesia se constató que el tener porcentaje de rendimiento alto ocasiona que se den buenas noticias a los socios debido a que al inspeccionar la compañía produce mejorar las particularidades donde se descubren a los individuos de las empresas, en Francia por otro lado el contar con mujeres a cargo de las compañías ocasiona que el rendimiento conserve un cumplimiento inmejorable, al pasar el tiempo esto permite llegar a una eficacia prominente al colocar disposiciones de control en sus prácticas. De igual manera, en Etiopia las entidades que no pertenecen al sector privado no dirigen sus procedimientos, no tienen los beneficios que se obtienen y a su vez no dirigen los gastos, ocasionando que las ocupaciones económicas que se ejecutan tengan una huella evidente en el rendimiento en un lapso que bien puede ser corto, mediano o largo. Las compañías al emplear la tecnología y de igual forma procedimientos recién descubiertos al instante de elaborar sus procedimientos, produce que las compañías incrementen su rentabilidad estimando un efecto positivo para el rendimiento porque al usar estos nuevos procedimientos produce que la administración del capital sea más minuciosa teniendo como resultado que no haya problema, también las compañías al cooperar colocando sus acciones en la bolsa ocasionó

que su rendimiento crezca manifestando la consideración del control se debe tener en las procedimientos económicos de una compañía al exhibir una eficiencia elevada, de esta forma solo ocasionará que rentabilidad crezca con el pasar del tiempo. (Cueva et al, 2020)

La rentabilidad es un indicador importante y ampliamente extendido a nivel mundial que se puede utilizar en el análisis financiero para evaluar la capacidad de una empresa para obtener ganancias y financiar sus operaciones. De esta forma, diagnosticar la situación de la empresa permite a los directivos tomar decisiones acertadas, teniendo en cuenta que decisiones equivocadas provocarán graves problemas. Esto tendrá un impacto en la mejora de la situación financiera de la empresa. Alguna información financiera ayuda a los gerentes para las decisiones financieras de la unidad estructural, responsables de revisar y analizar las medidas de inversión, elegir soluciones que realmente contribuyan a los beneficios de la empresa y así evaluar los indicadores financieros, especialmente a la rentabilidad pues ayuda a tomar decisiones acertadas, porque permite analizar los beneficios de mantener o renovar la inversión. (Gitman & Zutter, 2012)

La relación entre ingresos y costos derivada de la dimensión de satisfacción del cliente es una medida de la productividad de la empresa. Los ingresos representan los resultados logrados o producidos, y los costos representan los recursos consumidos. En términos económicos, la productividad del dinero invertido en un negocio se llama rentabilidad. Es un excelente indicador de éxito empresarial, ya que su análisis puede proporcionar una visión amplia de todos los factores que afectan positiva o negativamente el proceso de creación de valor de la empresa, donde la calidad puede jugar un papel importante. El principal indicador de rentabilidad es el ROA: Rentabilidad Operativa del Activo, que refleja el interés generado por los activos de la empresa. El ROA se refiere a la capacidad de generar ingresos a partir de las actividades económicas de la empresa, por lo que para desarrollar su actividad la empresa utiliza activos a través de los cuales espera generar ventas (ingresos) y, por tanto, obtener ganancias. (Forero et al, 2008)

En el presente estudio, la empresa cuya denominación es ROBERTO & XIOMARA E.I.R.L., identificada con RUC N° 20607452611, con domicilio en Mza. 31b lote. 08 FND. Márquez del distrito del Callao, provincia constitucional del Callao y departamento de Lima, inicio sus actividades el 17 de Febrero del 2021 siendo su gerente general el señor Kewynd Amado Alamo Vignolo. Se dedica como actividad principal a la venta de partes, piezas y accesorios para vehículos automotores y como actividad secundaria a otras actividades de venta al por menor en comercios no especializados. La problemática que

tiene la empresa es con respecto a sus costos de ventas los cuales tienen un impacto en la rentabilidad pues en ocasiones estos costos son elevado, pueden reducir significativamente la rentabilidad, a modo de ejemplo se pueden poner los costos asociados en el transporte como la compra de la combustible, el pago de peajes, mantenimiento, otros recursos para poder realizar las operaciones, los costos operativos que están más apegados al mantenimiento de los equipos de trabajo en el establecimiento, etc, el no contar con un control adecuados de estos costos pueden ser negativos, aquí entran a tallar otros factores importantes como la fluctuación de los precios de los maquinaria y herramientas estos no se mantienen estáticos sino que son cambiantes, en algunas ocasiones los precios son bajos y otro factor son los cambios en la demanda, pues si la demanda en el mercado disminuye por cualquier circunstancias hace que los precios disminuyan haciendo que los ingresos sean bajos y teniendo costos altos hacen que la rentabilidad se vea también perjudicada, teniendo como resultado que los márgenes de ganancia de la empresa se reduzcan.

1.2 Formulación del problema

¿Cuál es el efecto que tienen los costos de ventas sobre la rentabilidad en las pequeñas y medianas empresas del Perú Caso: Roberto & Xiomara E.I.R.L. Piura – 2023?

1.3 Objetivo general

Determinar el efecto de los costos de ventas sobre la rentabilidad en las pequeñas y medianas empresas del Perú Caso: Roberto & Xiomara E.I.R.L. Piura – 2023

1.4 Objetivos específicos

- Identificar el efecto de los costos de ventas sobre la rentabilidad en las pequeñas y medianas empresas del Perú 2023
- Identificar el efecto de los costos de ventas sobre la rentabilidad del Caso: Roberto & Xiomara E.I.R.L. Piura – 2023
- Comparar el impacto de la gestión financiera en la rentabilidad de las pequeñas y medianas del Perú Caso: Roberto & Xiomara E.I.R.L. Piura – 2023

1.5 Justificación

Teórica:

Porque se quiere que la mayoría de las empresas del Perú contemplen lo imprescindible que es el aprender lo referente a los costos de ventas, es debido a esto que la presente investigación se concentrará en satisfacer el poco conocimiento que tienen las empresas, en

especial la del caso de estudio, cuando se tengan que ver el resultado de los costos de ventas frente a la rentabilidad en las empresas ferreteras.

Práctica:

En la presente investigación se indaga que una vez se sepan los resultados se le comunicará al representante legal de la empresa y otras empresas que estén relacionados con el rubro del caso de estudio que dichos resultados podrían construir al desarrollo de estrategias y políticas que ayuden al control de los costos de ventas para que así no tengan un impacto tan grande en la rentabilidad.

Metodológica:

Porque servirá como antecedente para la universidad, trabajos futuros de investigadores que pretendan realizar estudios similares con respecto a las mismas variables que se encuentran en esta investigación, les ayudará a poder reflexionar frente al desconocimiento que hay y avanzar más aplicando métodos que les ayuden a obtener los resultados que esperan.

II. MARCO TEORICO

2.1. Antecedentes

2.1.1. Antecedentes Internacionales

(Guallpa, 2023) en su trabajo: “Análisis Comparativo de los Costos de Producción Nacional en relación a los Costos de Importación y su incidencia en la Rentabilidad Empresarial de Vasacorp SAS – Vatex periodo 2018-2021”, tuvo como objetivo principal ver las bases fundamentales para el funcionamiento de una empresa es su estructura de Costos ya que con ello se logra un manejo más óptimo y eficiente de los recursos de la empresa. En este estudio se analizará los Costos de Producción. En este estudio se analizará los Costos de Producción Nacional en relación a los Costos de Importación y su incidencia en la Rentabilidad Empresarial de Vasacorp SAS, se llevará a cabo un análisis individual de los Costos de Producción y los Costos de importación, que incluye una descripción del flujo de sus procesos integrando una matriz de riesgos y controles, el análisis de datos registrados en sus cuentas contables, un análisis general de sus Estados Financieros, mediante gráficas se representará la relación que se tienen entre dichos costos. Mediante indicadores de rentabilidad, se realizó una estimación para observar finalmente cuál era la incidencia que generaban los Costos y demás variables sobre la rentabilidad operativa y financiera de la empresa durante el periodo 2018 – 2021. Los resultados muestran una brecha significativa entre los Costos de Producción y Costos de Importación debido a que la empresa en objeto de análisis no se enfocó en un crecimiento en cuanto a su planta productiva, al contrario, ha tomado el riesgo de invertir en mercaderías extranjeras, aunque se incurran en costos adicionales por la ausencia de acuerdos comerciales, política económica, tasas arancelarias e impuestos vigentes en el país.

(Vega & Cujano, 2023) en su trabajo: “Sistema de Costos y la Incidencia en la Rentabilidad de la Empresa SIMAA Cía. Ltda., del cantón Guano, período 2021”, tuvo como objetivo principal analizar el sistema de costos y su incidencia en la rentabilidad de la empresa SIMAA CIA LTDA., período 2021, para su desarrollo se utilizó como metodología de investigación un enfoque cuantitativo y cualitativo, el enfoque cuantitativo ya que mediante la realización de una encuesta, se obtuvo datos numéricos y estadísticos, que permite el cruce de información y un enfoque cualitativo ya que permitió interpretar información y establecer un cuestionario como método de recolección de datos y proceder con sus análisis e interpretación de resultados. Se procedió a realizar un análisis del sistema de costos que maneja la empresa siendo este por órdenes de producción, el cual permitió determinar que

el aplicar un sistema de costos ayuda a obtener un valor real del costo de producción, con el fin de establecer un margen de utilidad en el precio de venta adecuado por cada producto fabricado, de este modo en el año 2021 al aplicar indicadores su pudo establecer que por cada dólar la empresa vendió una utilidad del 5% en ese año después de haber cubiertos costos y gastos.

(Barreto et al, 2023) en su trabajo: “Determinación de Costos y su Efecto en la Rentabilidad del Centro de Diagnóstico por Imagen Mundo de Imágenes S.A.”, tiene como objetivo principal proponer un sistema de costeo para el Centro de Diagnóstico por Imagen “Mundo de Imágenes S.A”, que permita mejorar su rentabilidad. La metodología, comprende un enfoque cuantitativo, investigación descriptiva y método deductivo – analíticos, pues adicionalmente se realizará el cálculo de ratios financieros , se recurre a una documentación debido a que recopiló información financiera el área contable de la organización. En conclusión, luego de cuantificar los costos, fue posible conocer que las fortalezas de la Microempresa Mundo de Imágenes S.A, son servicios centralizados entre los cuales se enlistan Eco, Tac, Rx, Mamografía, Densitometría ósea, Buen nombre, Imágenes digitalizadas, Calidad de imágenes e interpretación de resultados, lo cual, permitió que creciera en el año 2021 tras el inicio de sus operaciones, mientras que sus oportunidades son aprovechar la nueva tecnología en digitalización, ganar mercado en otras ciudades de la región.

2.1.2. Antecedentes Nacionales

(Rodríguez, 2022) en su trabajo: ”Análisis de costos y su impacto en la rentabilidad de la empresa Evolución Dental, Sac., 2020”, tuvo como objetivo principal determinar de qué manera los costos impactan en la rentabilidad de la empresa Evolution Dental, S.A.C., 2020. En lo que se refiere a los métodos el estudio se aplicó un diseño no experimental con enfoque cuantitativo, de corte transversal, descriptivo correlacional. La población estuvo conformada por 12 empleados que laboran en la empresa Evolution Dental, S.A.C., y la técnica aplicada fue la encuesta y el análisis de documentos, se utilizó un instrumento donde se incluyeron las 2 variables en estudio, con 21 ítems y el cual fue aplicado previo consentimiento de los encuestados. En cuanto a los resultados de la contrastación de la hipótesis general se halló una correlación positiva fuerte entre las variables del estudio aplicando Rho Spearman y en cuanto al resultado de la encuesta tienen una percepción de que se cometen algunos errores en ciertas actividades ya que la empresa no tiene un sistema de costeo. En conclusión, según los resultados de la encuesta, el análisis de las variables con la correlación de Rho Spearman

y la comparación de los estados financieros se pudo determinar que los costos impactan significativamente en la rentabilidad de la empresa.

(Mostacero, 2020), en su trabajo: “Influencia de los costos de venta en la rentabilidad de la empresa Compañía Agro Industrial de la Sal E.I.R.L., Chiclayo”, tuvo como principal problema detectado es el desconocimiento del costo del producto que venden y a entender del autor es la causa de los problemas que hoy se observan en dicha empresa, como falta de control de inventario, descontrol en ventas y en cuentas por cobrar, incremento de deudas por pagar, etc. Este trabajo tuvo como objetivos principales el identificar, estudiar, analizar y determinar la influencia que sobre la rentabilidad ejerce los costos de venta de la empresa citada, para de esa manera luego alcanzar algunas sugerencias que disminuyan esos males. Se otorgó un enfoque cuantitativo, con diseño no experimental y con alcance correlacionalexplcativo. Se aplicó las técnicas de encuesta, entrevista y el análisis documental, obteniéndose el resultado que existe una baja rentabilidad como consecuencia de la no aplicación de un sistema de costos, por lo que se ha redactado algunas sugerencias que deben aminorar las consecuencias del mal detectado.

(Reyes, 2022), en su trabajo: “Costo de ventas y su incidencia en la rentabilidad de la Empresa Contrastes Authentic Fashion SAC Agustino-Lima, periodo 2019-2021”, la presente investigación tuvo como objetivo: Determinar de qué manera el costo de ventas incide en la rentabilidad de la empresa Contrastes Authentic Fashion S.A.C. Agustino-Lima. La metodología se desarrolló bajo un enfoque cuantitativo de tipo aplicada, diseño no experimental longitudinal, correlacional. El muestreo fue no probabilístico intencional, la muestra fueron los estados financieros: Estado de resultados y Estado de Situación Financiera de la empresa Contrastes Authentic Fashion S.A.C. de los periodos 2019, 2020 y 2021, y la técnica utilizada fue el análisis documental con ratios aplicados a los estados financieros. Los resultados que se obtuvieron respondieron al objetivo general que se puede verificar en la tabla 1 para la incidencia del costo de ventas en la rentabilidad, un nivel bajo de 50.59%, un nivel medio de 22.76% y un nivel alto de 26.65%. Se aplicó la prueba de Rho Spearman mostrando una significancia con un valor de ,002 menor a ,05, de forma que se aceptó la hipótesis alterna, asimismo se obtuvo una correlación de ,523”, lo cual muestra una correlación positiva alta. Concluyo que el costo de ventas si incide en la rentabilidad de la empresa Contrastes Authentic Fashion S.A.C. Agustino-Lima, de tal forma que con costos altos la rentabilidad es baja.

(Aparicio, 2018) en su trabajo: “Costos de venta y rentabilidad de las empresas comercializadoras de vehículos automotores en el distrito de Wanchaq-Cusco, 2018”, tuvo como objetivo fundamental es determinar la relación de costo de ventas y la rentabilidad de las empresas comercializadoras de vehículos en el distrito de Wanchaq – Cusco, 2018. La importancia de la investigación reside en la necesidad del buen manejo de costos en las empresas automotrices. En la región de Cusco hay diversas concesionarias que se dedican a la venta de autos y que van en crecimiento en el rubro automotriz, hace algunos años estas concesionarias de diversas marcas en provincia, tenían en sus costos incluidos el flete por el traslado de vehículos de Lima a cualquier Región aparte sus compras de unidades y algunos artículos que se designan para la venta. Sin embargo, ahora sus proveedores les emiten bonos para que los vehículos estén al mismo precio, pero aún existen empresas que corren con una parte del gasto por flete. Es por lo cual que con este proyecto orienta a empresarios para que tomen buenas decisiones sobre los costos, igualmente procesar bien los costos y gastos, de esa forma para poder obtener rentabilidad y a su vez optimizar año a año su competitividad. El tipo de investigación es correlacional, el diseño es no experimental, con una población del número de trabajadores que laboran en las 12 entidades comercializadores de vehículos en el distrito Wanchaq de la Región Cusco. Empleando el muestreo probabilístico por los trabajadores que se desempeñan en el departamento de contabilidad y administración. Se utilizó la técnica de encuestas y el instrumento de recolección de datos. Los cuestionarios fueron resueltos por las empresas. En esta investigación se obtuvo la conclusión que costo de ventas tiene relación significativa con la rentabilidad de las empresas comercializadores de vehículos automotores.

(Aznanan, 2022) en su trabajo: “Gestión de costos y la rentabilidad sobre las ventas de la empresa Grupo G Y CH S.A.C., Callao, en el periodo 2020-2021”, en la presente investigación se encontraron problemas relacionados a la gestión de costos que vienen realizando y como afecta a su rentabilidad sobre las ventas, por ello, se planteó como objetivo analizar la relación entre la gestión de costos y la rentabilidad sobre las ventas, de la empresa Grupo G Y CH S.A.C., Callao, en el periodo 2020-2021. La investigación es de tipo básica, diseño estudio de casos. La unidad de análisis fue el gerente general y la contadora, a quienes se les aplicó una entrevista, así mismo, los estados financieros a los cuales se aplicó el análisis documental. Como resultado se obtuvo que la gestión de costos se relaciona directamente con la rentabilidad sobre las ventas, debido a que si esta no se realiza como corresponde, las ventas bajarán, los costos y gastos aumentarán y por ende el

ROS disminuirá. Concluyendo que implementar una correcta gestión de costos en la empresa es fundamental para desarrollar estrategias que ayuden a mejorar la rentabilidad sobre las ventas de la empresa.

2.1.3. Antecedentes Regionales

(Calva, 2023) en su trabajo: “Los costos y su efecto en la rentabilidad de las pequeñas y medianas empresas del Perú caso: Compañía Minera Hilton E.I.R.L. Piura 2023”, el objetivo de la investigación fue el determinar el efecto de los costos sobre la rentabilidad en las pequeñas y medianas empresas del Perú: Compañía Minera Hilton E.I.R.L. Piura 2023, la metodología empleada consistió en ser un enfoque cualitativo, de nivel descriptivo y de estudio de caso, se aplicó la técnica de revisión de bibliográfica y de la encuesta. Los resultados arrojaron que los costos afectan a la rentabilidad más que todo en las ventas de las empresas ya que los costos que generan en algunos casos han sido muy elevados haciendo que el margen de ganancia se vea reducido. También se encontró que la empresa en estudio considera que se tienen que hacer una gestión constante de los costos indirectos que son clave porque afectan al proceso de producción, aunque no están directamente relacionados ayudan a la eficiente operación de la empresa e impulso de la rentabilidad. Se concluyo según el caso práctico que los costos en la empresa están controlados hasta la fecha y la rentabilidad está en un unto estable, pero si ocurrirá algún suceso que afecte los costos y por ende su rentabilidad.

(Sandoval, 2022), en su trabajo: “Propuesta de un sistema de costos por procesos y su implicancia en la rentabilidad de las empresas que conforman Cepicafe Piura periodo 2021”, tiene como objetivo demostrar el impacto que tiene la aplicación de un sistema de costos por procesos en la determinación de los costos de producción de café de las empresas que forman parte de CEPICAFÉ PIURA. Para realizar tal investigación se ha tomado como referencia a la empresa Asociación de Productores Agrarios de Pedregal – APAPE, la presente investigación es de carácter “descriptivo” con un diseño no experimental, utilizando la técnica de observación como método. Se ha planteado como hipótesis, la implementación de costos por procesos en la determinación de los costos de producción de café de las empresas que forman parte de CEPICAFÉ PIURA, dicha hipótesis plantea que la aplicación de ello generará una disminución en los costos de producción no por una reducción de estos, sino por el contrario por una mejor distribución de los mismos. La formulación de la hipótesis responde a ¿De qué manera el sistema de costos por procesos influye en la rentabilidad de las empresas de CEPICAFE PIURA periodo 2021? Como principal

conclusión de la presente investigación se obtuvo que la aplicación de un sistema de costos por procesos en la determinación de los costos de producción de café de las empresas que forman parte de CEPICAFÉ PIURA, permitirá maximizar la rentabilidad de la empresa pues permite una reducción en sus costos de producción dando como resultado una utilidad mayor.

(Yahuana, 2023), en su trabajo: “Aplicación de costos ABC en el hospedaje Estrella, Sol y Luna EIRL, para aumentar la productividad y rentabilidad”, tuvo el objetivo de mejorar la productividad y rentabilidad de este negocio dedicado al sector hotelero. En un entorno cada vez más competitivo, es crucial para las empresas identificar y comprender adecuadamente los costos asociados a sus actividades para tomar decisiones informadas y eficientes. La metodología del Costeo Basado en Actividades (ABC) se presenta como una herramienta estratégica que permite asignar los costos de manera más precisa, considerando los diversos factores que impactan la generación de ingresos y la eficiencia operativa. El objetivo central de esta investigación es implementar la metodología de Costos ABC en el Hospedaje Estrella, Sol y Luna EIRL para lograr una gestión más efectiva de los recursos y, en consecuencia, mejorar su productividad y rentabilidad. Para alcanzar este propósito, se analizará detalladamente la estructura de costos actual del negocio y se identificarán las actividades clave que generan valor para los clientes y la empresa. Además, se diseñará un sistema de asignación de costos que refleje de manera más precisa la relación entre los recursos consumidos y los productos y servicios ofrecidos por el hospedaje. La implementación del Costeo Basado en Actividades (ABC) en el Hospedaje Estrella, Sol y Luna EIRL ha demostrado ser una estrategia acertada para mejorar la gestión de costos y aumentar la productividad y rentabilidad del negocio. Gracias a la identificación precisa de las actividades que generan valor, se ha logrado una asignación más adecuada de los recursos y una toma de decisiones más informada. Los resultados obtenidos revelan que el hospedaje ha logrado optimizar sus procesos internos y mejorar la calidad de sus servicios, lo que ha llevado a un incremento en la satisfacción de los clientes y a una mayor eficiencia operativa. La implementación del ABC ha permitido al Hospedaje Estrella, Sol y Luna EIRL mantener su competitividad en el mercado y asegurar su crecimiento sostenible a largo plazo.

2.2 Bases Teóricas

2.2.1. Costos

2.2.1.1. Teoría de Costos

Se comprende por teoría general de los costos de manera absoluta únicamente a los costos que pertenecen en el sector industrial debido a que gran parte de los procedimientos que se utilizan han sido empleados siempre en este sector, pero esto es erróneo pues se manejan en cada uno de las técnicas en toda actividad comercial, contribuyen con valor u obtienen beneficios, en otras palabras cualquier procedimiento económica implica que se darán sacrificios de elementos económicos imprescindibles para alcanzar un objetivo positivo, existirán costos y estos a su vez producirán ganancias, teniendo en cuenta la variedad de singularidades que se pueden aplicar. Se puede decir que el costo se entiende por el sacrificio inapelable de recursos productivos, que son valorados de forma diferente con el objetivo de lograr tener un resultado provechoso que se retrasa con el pasar del tiempo conservando una administración efectiva donde en los costos lo que conlleva esto es el controlar, analizar y optimizar el uso del capital con el que cuenta la compañía para así aumentar su rentabilidad. La teoría de los costos no se puede impulsar sin contar con la teoría de producción debido a que se debe reorganizar con la teoría clásica de la economía, ya que su justificación no se puede dar de una manera general, tiene autenticidad los que sobresalen debido a que pertenecen a la economía de la empresa, y de esta forma la teoría general de los costos se hace presencia, para que ambas teorías se vinculen. Los costos son comprenden como una dificultad económica y mas no de una dificultad contable, dado a que el fin de toda una administración de una empresa es realizar un mejor provecho de los recursos para aumentar los benéficos, se debe entender que no es un hecho aislado para cualquier actividad económica y no tiene que ser una actividad específica dentro de la compañía. (Amaro, 2022)

El costo como problema económico antes que contable se refiere a la consideración del costos desde un punto de vista mas amplia y fundamental, mientras que la contabilidad se enfoca mas en registrar y reportar los costos de producción, distribución y venta de bienes y servicios, en otras palabras este se preocupa por entender en como es que los costos afectan en las decisiones de producción, en los precios y en la rentabilidad de la empresa asi como tambien afecta en la asignación eficiente recursos en la economía general. Por otro lado, desde una perspectiva económica, los costos de producir un bien o de un servicio incluye no solo en los gastos directos como materiales o mano de obra, si no que tambien incluye los costos de oportunidad asociados, es decir, lo que se deja de ganar al elegir una opción sobre

otra. Además, implica analizar cómo los cambios en los costos influyen en la oferta y la demanda en el mercado. Se manifiesta que el desafío primordial de la gestión y dirección de empresas consiste en usar eficazmente los recursos limitados disponibles para obtener ciertos objetivos específicos, este es un problema fundamentalmente económico. La economía política, como disciplina, ha abordado este tema durante un largo periodo a través de su rama conocida como microeconomía o economía de la empresa, asimismo, dentro de esta área, se estudia particularmente la teoría de la producción, que se enfoca en comprender cómo se vinculan de manera dinámica los recursos utilizados y los resultados físicos obtenidos. (Osorio, 1996)

El desafío de los costos se origina fundamentalmente como un problema económico, no solo como contable, debido al objetivo común de la gestión en todas las actividades productivas: como maximizar los resultados a través del uso productivo de recursos limitados. Por ende, este desafío no está sujeto a ningún sector económico específico ni mucho menos a roles particulares dentro de las organizaciones. Por otro lado, la producción, en su esencia económica, conlleva a agregar valor a bienes para complacer necesidades de formas colectivas o individuales, lo que representa un proceso general que eleva la utilidad o el valor de los bienes, ya sean tangibles o intangibles. (Cartier & Osorio, 1992)

2.2.1.2. Definición de Costos

Según Novora & Torres (1992) como citó (ACIMED, 1996), los costos conforman la base para establecer el precio de los productos a ofrecer. Por eso es tan importante lograr la máxima producción con el mínimo gasto para asegurar un aumento gradual del beneficio o beneficio. La planificación de costos es una herramienta de control de gestión de las empresas porque le permite comprender de manera sistemática y flexible cualquier desviación que ocurra entre la ejecución de la producción real y el plan establecido. regiones y unidades enteras. Es en este contexto que la organización del trabajo en relación a los costos divididos en áreas o niveles de responsabilidad es un recurso de gran interés, en la medida en que puede dar a esta categoría un carácter positivo significativo. Como una herramienta excepcionalmente útil para resolver fenómenos económicos.

Según Baker, Jacobsen y otros (1998) como citó (Pineda, 2008), incluye en el término de costos dos versiones generales: la primera se refiere a adquisición o sacrificio de elementos básicos de los productos y en la segunda versión. consideremos los costos de opción, o lo que conocemos como costos de oportunidad. En un el sentido más amplio, el costo cubre el primer pago en efectivo físicos, como pueden ser billetes, monedas u otro tipo de valores.

Esto significa que recibir el servicio es como una responsabilidad y un costo adicional. Para que los activos relevantes puedan proporcionar los servicios requeridos, el último incluye el proceso de transporte y recepción de materiales, equipos y por ejemplo, los costos de instalación, también distinguir costos, gastos y pérdidas, costos determinados como parte del precio de compra de los activos, bienes, propiedades o servicios que aún no han sido utilizados. Los ingresos que se generan y difieren, mientras que las tarifas se utilizan para crear ganancias para un período específico, como salarios de ejecutivos. Excepto, las pérdidas implican una reducción en el aporte de la organización, pero no es previsto de cualquier cantidad de compensación, excepto el retiro, por supuesto recursos financieros de la empresa.

2.2.1.3. Importancia

La gestión de costos es una herramienta importante para la toma de decisiones empresariales, especialmente en tiempos de gran incertidumbre y limitaciones. El objetivo es analizar la gestión de costes desde el punto de vista de la cadena productiva. Se apoya en la revisión y análisis de documentos científicos de repositorios profesionales con el objetivo de identificar aspectos que permitan no sólo centrarse en las relaciones internas de producción y sus costos, sino también realizar un análisis cuantitativo de otras etapas de la cadena de suministro: suministro, marketing y ventas. La contabilidad de costos es una alternativa cuando las empresas necesitan información contable centralizada para análisis y pronósticos. Pero el entorno cambiante requiere la combinación de métodos, medidas e informes de costos específicos con elementos cualitativos proporcionados por los gobiernos. Las dos disciplinas se complementaron y dieron lugar a la contabilidad de gestión o gestión de costes. A partir del concepto de cadena de producción se puede crear una organización más sólida analizando los gastos incurridos desde una perspectiva más amplia. Al agregar y ampliar una vista integral, se pueden analizar y evaluar los costos asociados al suministro de materias primas, la producción y comercialización de productos o servicios, brindando una mejor orientación y soporte para las decisiones comerciales. (Romero & Torres, 2021)

2.2.1.4. Tipos de costos

La clasificación consiste en agruparlos sistemáticamente por tipo, por lo que quedan en grupos homogéneos los cuales tienen ciertas características que los distinguen de otros grupos clasificados en otras categorías. Al clasificar los conceptos de costos en grupos lógicos de manera sistemática y analítica, la contabilidad de costos alcanza su pleno desarrollo.

Para la clasificación de los costos de hace relación entre el concepto de valor y el objeto de valor, es decir, la identidad del concepto y el objeto de adquisición, se analiza y clasifica de la siguiente manera:

- **Directos:** es un concepto que inevitablemente implica la instalación física de un producto o alguna forma de mano de obra para el producto o la prestación de un servicio. Es lo mismo que la mano de obra utilizada en el proceso de un producto o la pintura utilizada para terminar un producto (por ejemplo, una mesa). Objeto de costo. Está claro que los costos de operación de la fábrica
- **Indirectos:** Los costos indirectos son conceptos que no son obvios no tienen relación con los objetos de contabilidad de costes. Los costos operativos de la gestión de una fábrica son indirectos relacionados con el objeto del producto.

Cuando clasificamos un concepto como “directo o indirecto” no siempre nos referimos a un objeto, si queremos hacer referencia a un servicio, unidad de coste estructural o periodo de tiempo, necesitamos perfeccionar los parámetros de referencia. (Balanda, 2005)

2.2.1.5. Dimensiones de los costos

Hay que recordar que el costo de venta es lo que le cuesta a la empresa poner el producto en circulación. El precio de venta en sí se define como el valor monetario que un cliente paga para comprar un producto. Ahora se deben considerar varios costos para definir el precio de venta. Los más importantes de ellos son:

- **Costos fijos**
Los costos fijos son costos que no cambian con la cantidad de unidades producidas. Por ejemplo, alquiler de infraestructura, locales, equipos, etc.
- **Costos variables**
Como sugiere el nombre, los costos variables son costos que varían con la cantidad de unidades producidas. Por ejemplo, factores como las materias primas utilizadas en la producción de bienes, la comisión dada al vendedor por completar la transacción, etc.
- **Costos de producción**
Estos costos están directamente relacionados con la producción de sus productos o la prestación de sus servicios. Por ejemplo, si vende software, puede gastar dinero en tecnología en la nube.

Lo ideal es crear una relación sana entre costos y precios, lo cual es un desafío para casi todas las empresas y muchas veces está influenciado por factores externos.

Las crisis económicas, el colapso del consumo de un producto en particular, así como factores ambientales y políticos pueden afectar los cálculos y provocar una revisión constante del costo de ventas presupuestado. (Osorio, 1996)

2.2.2. Rentabilidad

2.2.2.1. Teoría de la rentabilidad

Según (Parada, 1988), menciona a la rentabilidad como una medida monetaria de eficiencia que se puede calcular de alguna manera, pero no se calcula del todo el nivel de satisfacción mental que muestran los usuarios. La rentabilidad puede ir asociada a un cierto nivel de riesgo, por lo que los empresarios deben estar preparados para afrontar los riesgos derivados de una gestión experta de los activos e incluso de los pasivos o de la gestión por parte de los propios propietarios. La rentabilidad se mide parcialmente, lo que significa que la rentabilidad debe evaluarse en función del sector económico en el que opera la empresa.

Señala que la rentabilidad es muy amplia y permite agregar diferentes perspectivas y proyecciones, y ahora se ve que con esta ruptura se introducen diferentes perspectivas y está relacionado con la empresa, la rentabilidad se ve desde una perspectiva económica y financiera.

La rentabilidad social, sin embargo, debe incluir un conjunto muy diverso de factores basados en factores culturales, así como ambientales y otros que moldean el posible impacto negativo o positivo que una organización puede tener en su entorno social o territorio natural. Se están ocupando de sus propios asuntos. La rentabilidad es crucial al examinar los estados financieros. Precisamente porque los accionistas están muy interesados, y por la sencilla razón de que el retorno de las acciones realizadas permitirá asegurar el cumplimiento oportuno de las obligaciones asumidas, tanto en el corto como en el largo plazo. Además, los índices disponibles se utilizarán para medir los beneficios logrados a través de los recursos financiados de la organización. La rentabilidad tiene una relación muy estrecha con el ámbito financiero. Las organizaciones que tienen una gran participación de mercado reducen la producción sólo para aumentar los precios y obtener mayores ganancias sin preocuparse por los más afectados. Una rentabilidad suficiente le permitirá satisfacer la incertidumbre del mercado y de los empresarios porque se examinarán las oportunidades de desarrollo necesarias para poder mantener y fortalecer sus posiciones de manera competitiva. (Lizcano & Castelló, 2004)

La rentabilidad también se utiliza para calcular la eficiencia administrativa de la organización, para comprobar todos los gastos y gastos de la empresa para convertir todos

los ingresos generados. Hay ganancias. Uno de los objetivos comerciales más importantes es aumentar la rentabilidad de la empresa y obtener un retorno de la inversión. La teoría de la rentabilidad se centra en lograr la competitividad mediante procedimientos como la medición de la rentabilidad. Debido a esta realidad, las PYMES a menudo se centran en esta teoría buscando aumentar las ganancias, aumentando la producción y los ingresos por ventas, pero a veces ignora las herramientas de gestión que pueden ampliar la base de clientes y ayudar a mejorar la rentabilidad de la organización. La teoría se centra en lograr un crecimiento favorable de la rentabilidad donde la inversión se vuelve más importante que el ahorro y se basa en tres factores principales: margen de beneficio, estrategia económica y relación entre financiación y demanda. En el capital es visible la expansión empresarial se ve estimulada principalmente por la rentabilidad esperada y los recursos financieros propios, y esta expansión es el resultado de la rápida industrialización y el crecimiento económico. (Puente & Andrade, 2019)

2.2.2.2. Definición de la rentabilidad

La rentabilidad puede entenderse como una métrica porque mide el retorno generado por las operaciones diarias de la empresa y también se considera una medida de la eficacia de la gestión. Recursos destinados a la actividad económica. Rentabilidad es también el beneficio o rendimiento que obtiene la empresa en un determinado periodo de tiempo. La rentabilidad es el resultado de las decisiones que toma la dirección de la empresa.

Compañía. Esto quiere decir que una rentabilidad positiva significa que se están recibiendo beneficios, y si la rentabilidad es negativa, puede generar problemas en la gestión de la empresa. (Álvarez, 2004)

2.2.2.3. Importancia de la rentabilidad

La rentabilidad juega un papel importante en cualquier negocio porque se centra en la capacidad crítica de una empresa o proyecto para generar retornos financieros de sus operaciones. Es un indicador esencial de la salud financiera de cualquier empresa y de su voluntad de operar de manera sostenible. La rentabilidad es fundamental para atraer inversores, tomar decisiones fundamentales, calcular el éxito y, en definitiva, poder mantener la rentabilidad a largo plazo. La rentabilidad simplificada juega un papel importante porque es un indicador importante del desempeño financiero de una organización y de su capacidad para lograr sus objetivos financieros. (Aguirre et al, 2020)

2.2.2.4. Tipos de rentabilidad

- **Rentabilidad Económica**

La rentabilidad económica representa una unidad métrica que evalúa el desempeño de los activos de una empresa a lo largo de un período determinado de tiempo, sin considerar de qué manera se financiaron esos activos en primer lugar. En otras palabras, la rentabilidad económica mide la aptitud de los activos de una empresa para producir beneficios, sea cual sea la forma en la que se haya financiado el negocio. Esto facilita la comparación de la rentabilidad con otras empresas sin verse afectado por las disparidades en las organizaciones financieras, como puede ser el pago de intereses, contribuyan en la estimación de la rentabilidad.

Además, los beneficios financieros juegan un papel importante como factor de referencia en la evaluación de la eficacia de la gestión. Esto se debe a que el rendimiento de un activo es muy independiente de su fuente de financiación, ya que suele determinar si una empresa es rentable desde una perspectiva financiera. Asimismo, con métodos de financiación que no tienen en cuenta los activos de la empresa, podemos distinguir si la falta de rentabilidad de la empresa está relacionada con problemas de actividad económica o con una estrategia de financiación inestable.

- **Rentabilidad Financiera**

La rentabilidad financiera se considera una medida diseñada para evaluar el uso de los recursos de una empresa durante un período de tiempo, generalmente sin tener en cuenta la distribución de ganancias. esto es comprensible. También se utiliza como un indicador de desempeño que está más relacionado con los accionistas o propietarios de la empresa que el primer punto, que es la rentabilidad financiera, por lo que se puede decir que es un indicador de rentabilidad donde los gerentes buscan maximizar los intereses. de los propietarios. Según la empresa. Cabe señalar que el rendimiento financiero debe corresponder a los beneficios que obtienen los inversores en el mercado, lo que afecta la situación financiera si se es accionista. Sin embargo, esto requiere cierta consideración, ya que la rentabilidad financiera sigue siendo un indicador del desempeño de la empresa más que del desempeño de los accionistas. Al calcular la rentabilidad para los accionistas, el numerador debe incluir aspectos como el beneficio. Distribuciones, dividendos, cambios, etc. (Villasmil et al, 2020)

2.2.2.5. Indicadores de rentabilidad

Los ratios relacionados con la rentabilidad están diseñados para determinar la cantidad de ganancias asociadas con las inversiones que generan ganancias, teniendo en cuenta los activos totales o el patrimonio. Por tanto, es muy importante centrarse en el análisis de rentabilidad porque la empresa tiene que obtener beneficios al final del período y asegurar financieramente su supervivencia. Estos beneficios resultantes son esenciales para atraer inversión externa y mantener el funcionamiento eficiente de las operaciones normales de la empresa. La cuenta de resultados es la principal herramienta para evaluar la rentabilidad de una empresa, organización, negocio o emprendimiento durante un período de tiempo, que puede ser mensual, trimestral o anual. En este caso, es importante presentar el estado de pérdidas y ganancias por etapas, porque al descontar los ingresos de los costos y gastos del período se forman diferentes ganancias. Antes de alcanzar el beneficio neto. Sin embargo, esto no significa que el estado de situación financiera quede excluido de la evaluación financiera general, ya que tanto los elementos del estado de situación financiera como el estado de situación financiera deben tenerse en cuenta para evaluar el desempeño de la empresa. La rentabilidad, la liquidez también está aquí. Esto es muy importante a la hora de elaborar la cuenta de resultados y el balance porque son fundamentales. (De La Hoz et al, 2018)

Según (Arching, 2004), menciona los indicadores de la rentabilidad:

- **Margen Bruto:**
Por un lado, se detalla la existencia de regularidades como los precios, así como la eficiencia de la rentabilidad de la empresa, lo que también significa que los costos de producir activos y los beneficios de producir activos serán verificados por la empresa.
- **Margen de Operación:**
Esto se logra tomando la utilidad bruta menos los gastos operativos de la empresa, esto es una señal para ver si está en pleno funcionamiento y si los pagos de seguridad que normalmente realiza la empresa están en línea con la utilidad bruta y la utilidad operativa que se logrado en función de la capacidad. y volumen.
- **Retorno de la Inversión:**
A menudo se entiende como una medida del desempeño en términos de financiamiento y se obtiene vinculando las ganancias después de impuestos, menos beneficios, activos administrativos y precios más bajos con negocios prioritarios.

- Retorno de Patrimonio:

Este indicador muestra la amplitud de ideas de productos que la empresa ofrece para recompensar a los miembros. Este indicador económico es más específico después de evaluar el precio laboral o el mercado financiero en otras palabras en la bolsa de valores.

2.2.2.6. Dimensiones de la rentabilidad

- Rentabilidad económica:

Es una medida utilizada para evaluar el desempeño de los activos de una empresa durante un período de tiempo sin considerar primero cómo se financian esos activos. En otras palabras, la rentabilidad financiera mide la capacidad de producción de los activos de una empresa independientemente de cómo se financie la empresa. Esto hace que sea más fácil comparar la rentabilidad con otras empresas independientemente de las diferencias en la organización financiera, como los pagos de intereses, lo cual facilita las estimaciones de rentabilidad. Además, los beneficios financieros juegan un papel importante como factor de referencia en la evaluación de la eficacia de la gestión. Esto se debe a que el rendimiento de un activo es muy independiente de su fuente de financiación, ya que suele determinar si una empresa es rentable desde una perspectiva financiera. Asimismo, con métodos de financiación que no tienen en cuenta los activos de la empresa, podemos distinguir si la falta de rentabilidad de la empresa está relacionada con problemas de actividad económica o con una estrategia de financiación inestable.

- Rentabilidad financiera:

La rentabilidad financiera se considera una medida diseñada para evaluar el uso de los recursos de una empresa durante un período de tiempo, generalmente sin tener en cuenta la distribución de ganancias. También se utiliza como un indicador de desempeño que está más relacionado con los accionistas o propietarios de la empresa que el primer punto que es la rentabilidad financiera, por lo que se puede decir que es una medida de rentabilidad que los gerentes intentan maximizar para los accionistas o propietarios de la empresa. propietarios. intereses de los propietarios. Según la empresa. Cabe señalar que el rendimiento financiero debe corresponder a los beneficios que obtienen los inversores en el mercado, lo que afecta la situación financiera si se es accionista. Sin embargo, esto requiere cierta consideración porque

la rentabilidad financiera sigue siendo una medida de desempeño relacionada con la empresa y no con los accionistas de la empresa.

Además, para calcular la rentabilidad para los accionistas se deben tener en cuenta aspectos como ganancias retenidas, dividendos, cambios en el patrimonio, etc. (Sánchez , 2022)

2.2.3. Las Pyme

2.2.3.1. Definición de PYME

Las PYMES pueden definirse como empresas con honorarios moderados y pocos empleados; Las PYMES son unidades de negocio más pequeñas que se diferencian de las grandes empresas. Por favor, comprenda que la definición precisa de PYME puede variar según el país y las regulaciones aplicables.

Iniciar este tipo de empresas, como ya se ha comentado, no cuenta con muchos trabajadores, su número es limitado y, a diferencia de las grandes empresas, las facturas que genera son muy inferiores a las esperadas. Las PYMES desempeñan un papel muy importante en la economía, ya que trabajan juntas de manera importante para crear empleos que contribuyan al crecimiento económico del país. En general, suelen ser flexibles en sus operaciones, lo que les permite adaptarse a las diferencias que existen en el mercado. (Cleri, 2007)

2.2.3.2. Importancia de las PYME

Las PYMES desempeñan un papel crucial tanto en las economías industrializadas como en los países en desarrollo. Hacen una contribución significativa al bienestar económico al actuar como creadores de empleo e impulsores del progreso en sus comunidades. Además, tienen el potencial de complementar en gran medida el trabajo de empresas más grandes. Aunque hay muchas formas de definir una PYME, generalmente se acepta que este sector empresarial generalmente muestra una gran diversidad y un alto grado de inestabilidad. Se caracteriza por la continua creación y desaparición de empresas, lo que paradójicamente dota a toda la economía de un enorme dinamismo. (López, 2019)

2.2.3.3. Tipos de empresas

- Sociedad Anónima (S.A)

Sabemos esto hoy sobre las sociedades anónimas.

Como tipo de sociedad, se caracteriza por que su patrimonio está formado por acciones, más concretamente, capital social, pudiendo estas acciones ser transferidas entre accionistas si así lo desean.

Pueden ser compulsivos. Se caracteriza porque la responsabilidad de los socios hacia la empresa se limita a su inversión de capital, además como persona jurídica la sociedad colectiva no tiene muchos contactos con la empresa y, finalmente, existe seguridad financiera. Las ventajas de ser una S.A sería que pueden invertir en el mercado de valores y también pueden vender acciones, este tipo de empresas pueden seguir operando incluso si el fundador muere. La desventaja de este tipo de negocios es que requieren mucho capital para su instalación.

- Sociedad Anónima Abierta (S.A.A)

La forma de constitución de SAA es diferente porque el capital en este tipo de empresas está compuesto por 750 personas y no es necesario poseer una gran cantidad de acciones, basta una sola acción para ser parte de la empresa y gran parte de la empresa. una compañía. la gente intenta asociarse con él

denominaciones porque son simples y al mismo tiempo pueden invertir fácilmente en el mercado de valores y ganar más. La característica de este tipo de empresa es que las acciones de la empresa están registradas en la SUNARP y también puedes invertir en el mercado de valores, el tiempo que puede operar es ilimitado, y todos los accionistas tienen derecho a voto y voto. Su ventaja es que las acciones propiedad de la empresa pueden emitirse a toda la sociedad, recibir préstamos e incluso una última ventaja del leasing es que puedes invertir en bolsa sin restricciones.

La desventaja es que administrar un negocio puede ser un poco difícil, las decisiones a menudo toman más tiempo de lo habitual porque tienen que ser aprobadas por los accionistas y, si quieres más capital, tienes que cotizar en bolsa.

- Sociedad Anónima (S.A.C)

A diferencia de una sociedad anónima, este tipo de empresa está formada por un número limitado de socios, muchos de los cuales tienen vínculos familiares, por lo que la mayoría de las empresas que conocemos con estos nombres están fundadas por familias.

La peculiaridad de estas empresas es que cuentan con un mínimo de 2 personas y un máximo de 20 personas. Para crear este tipo de negocio ingresa a SUNARP. Otra característica es que la propiedad que posee también debe estar registrada. La ventaja de este tipo de sociedad es que, aunque fallezca un socio, el negocio puede continuar con normalidad, y no hay obstáculos cuando se quiere vender las acciones, y cuando las acciones se venden, tienen un valor diferente. la ventaja es que la empresa tiene

La persona a quien se le hace el pago lo hará sin afectar el patrimonio de los socios. Las desventajas de este tipo de negocios son una mayor responsabilidad para con el gobierno y por tanto, los documentos necesarios para crear una empresa de este tipo son muy complejos.

- Sociedad de Responsabilidad Limitada (S.R.L)

Esta aplica únicamente al capital del socio, es decir, su responsabilidad en la medida de su aporte de capital se cargará al monto propiedad de la empresa y no se puede aplicar al patrimonio de los socios. Este tipo de sociedad se caracteriza porque puede estar formada por 2 socios, hasta 20 socios, al igual que una SAC, y existe otra llamada participación de socios, que puede sustituir a una SAC. Los socios no responden con recursos propios, sino con los recursos de los que dispone la empresa. La ventaja de estas empresas es que el capital requerido para constituir este tipo de empresa puede ser muy pequeño, otra ventaja es que los socios tienen una participación limitada en la empresa y al formar una LLC, la pueden hacer 2 personas, con la Además que una persona es responsable de todo. Las desventajas son que se pueden identificar socios sin problemas, no hay confidencialidad, no hay posibilidad de invertir en bolsa y la creación de una empresa puede llevar más tiempo que con otras.

- Empresa Individual de Responsabilidad Limitada (EIRL)

Estas empresas se encuentran entre las más comunes porque los fundadores de estas empresas esperan obtener ganancias en un corto período de tiempo. Estas empresas no tienen accionistas y los propietarios pueden ser personas físicas o jurídicas. Estas empresas se caracterizan por el hecho de que sólo una persona puede ser el propietario administrador y las responsabilidades de la empresa están limitadas únicamente por los activos que posee la empresa. Son una buena opción para las personas que no quieren ser accionistas. puedes decidir a cuál quieres pertenecer. en la categoría. La ventaja de estas empresas es que no requieren socios para operar y el capital de los propietarios no está inmovilizado en la empresa. La desventaja de estas empresas es su elevado coste.

Los aspectos contables, además de los fiscales, pueden estar sujetos a retención en origen y, finalmente, cuando la EIRL se declara insolvente, los particulares no pueden pagar. (Gestion, 2024)

2.3. Hipótesis

Debido a que se trata de un trabajo de investigación de tipo descriptivo, no experimental, documental, de caso y bibliográfico no se estima el uso de una hipótesis. (Baena, 2017)

III. METODOLOGÍA

3.1 Nivel, Tipo y Diseño de Investigación

(Fernández & Baptista, 2014) mencionan que: El enfoque cualitativo se emplea para que el investigador pueda desarrollar sus propias opiniones y comprensión sobre el fenómeno en estudio, ya sea un grupo de individuos únicos o un proceso específico. (pág. 10).

Este enfoque también se conoce como investigación naturalista, fenomenológica, interpretativa o etnográfica, y es una especie de paraguas en el cual se incluye una variedad de concepciones, visiones, técnicas y estudios no cuantitativos. La investigación descriptiva basada en el estudio de caso busca reconocer y proporcionar una descripción detallada de los diversos factores que afectan el fenómeno que está siendo investigado.

Tomando como referencia lo definido, la presente investigación fue de tipo descriptivo en el estudio de caso, porque se realizó una determinación del efecto de los costos de ventas sobre la rentabilidad en las pequeñas y medianas empresas del Perú Caso: Roberto & Xiomara E.I.R.L. Piura – 2023. Es por ello que el tipo fue descriptivo, de nivel cualitativo y de diseño no experimental.

3.2 Población y muestra

Cuando hablamos de población nos referimos al universo seleccionado como foco de estudio en un trabajo de investigación, donde se ha elegido un grupo que tienen características comunes y pueden ser estudiado en su totalidad o dividido en secciones. (Fernández & Baptista, 2014)

Es de esta forma que, la población en el presente estudio estuvo constituida por las empresas del sector comercio, independientemente de su forma de constitución o de tamaño.

La muestra estuvo conformada por una parte del universo, siendo en este caso, la empresa Roberto & Xiomara E.I.R.L.

3.3 Operacionalización de las Variables

Tabla 1: Operacionalización de las variables

**TITULO: LOS COSTOS DE VENTAS Y SU EFECTO EN LA RENTABILIDAD DE LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS
EMPRESAS DEL PERÚ CASO: ROBERTO & XIOMARA E.I.R.L. PIURA – 2023**

VARIABLE	DEFINICION OPERATIVA	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN	CATEGORIAS O VALORACION
Costo de venta	Según (Cartier & Osorio, 1992), nos indica que la gestión de costos es una herramienta importante para la toma de decisiones empresariales, especialmente en tiempos de gran incertidumbre y limitaciones. El objetivo es analizar la	Costos Directos	1. ¿Pueden los costos de venta afectar la rentabilidad de la empresa?	Dicotómicas	Encuesta
			2. ¿El manejo de los costos directos se realiza de una manera eficiente?	Dicotómicas	Encuesta
			3. ¿Se hace un control sobre los productos a vender?	Dicotómicas	Encuesta
			4. ¿Se llevan a cabo supervisiones regulares para asegurar una gestión adecuada de los costos directos?	Dicotómicas	Encuesta
			5. ¿Se consideran los costos de mantenimiento de los equipos como costos directos en la contabilidad de una empresa?	Dicotómicas	Encuesta

	gestión de costos desde el punto de vista de la cadena productiva lo que representa un proceso general que eleva la utilidad o el valor de los bienes, ya sean tangibles o intangibles.	Costos Indirectos	6. ¿Se consideran los costos de transporte como parte de los costos indirectos?	Dicotómicas	Encuesta
			7. ¿Considera que el valor de la depreciación de los activos impacta en la rentabilidad de la empresa?	Escala de frecuencia	Encuesta
			8. ¿Los costos indirectos que se tienen se controlan de forma eficiente cuando se hacen las operaciones?	Dicotómicas	Encuesta
			9. ¿Se hace la provisión de seguro contra accidentes como un costo?	Dicotómicas	Encuesta
			10. ¿Desde su punto de vista los costos indirectos tienen que ser administrados de forma constante?	Escala de frecuencia	Encuesta
Rentabilidad	Para (Lizcano & Castelló, 2004), señalan que la rentabilidad es muy amplia y permite agregar diferentes perspectivas y proyecciones, y ahora se ve que con esta	Rentabilidad Económica	11. ¿La empresa ha mejorado su margen de beneficio neto estos últimos meses?	Dicotómicas	Encuesta
			12. ¿La administración que ha tenido la empresa ha sido eficaz para poder generar utilidades?	Dicotómicas	Encuesta
			13. ¿Se cuentan con estrategias para poder gestionar los riesgos que están asociados a los productos y otros factores que puedan tener un efecto en la rentabilidad?	Dicotómicas	Encuesta

<p>ruptura se introducen diferentes perspectivas y está relacionado con la empresa, la rentabilidad se ve desde una perspectiva económica y financiera. Una rentabilidad suficiente le permitirá satisfacer la incertidumbre del mercado y de los empresarios porque se examinarán las oportunidades de desarrollo necesarias para poder mantener y fortalecer sus posiciones de manera competitiva.</p>		14. ¿Se hace una medición sobre el ROI de la empresa?	Dicotómicas	Encuesta
			15. ¿Las ventas que ha realizado la empresa han sido las esperadas para cumplir con sus objetivos?	Dicotómicas
	Rentabilidad Financiera	16. ¿La productividad de la empresa es efectiva considerando sus costos y gastos?	Dicotómicas	Encuesta
		17. ¿La empresa cumple con el pago de impuestos de manera puntual?	Dicotómicas	Encuesta
		18. ¿Cuál de los siguientes factores cree que influye más en la rentabilidad financiera?	Elección Múltiple	Encuesta
		19. ¿Cuál es el nivel en que se encuentra la rentabilidad financiera?	Escala de Evaluación	Encuesta
		20. ¿La empresa ha implementado medidas con el fin de reducir costos y así mejorar la eficiencia en las operaciones de extracción y también procesamiento?	Dicotómicas	Encuesta

Elaborado por: Rodriguez Morante Christian Alfredo

3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos / información

Toda investigación requiere la utilización de algún método para recopilar datos siempre asegurando que la fuente de los datos sea verdadera. La recopilación de datos debe ser altamente fidedigna y de alta calidad para garantizar resultados concisos. (Fernández & Baptista, 2014)

Para el vigente estudio se utilizó el procedimiento de la revisión bibliográfica acreditada en los trabajos precedentes de diversos autores que han indagado temas relacionados con las variables de estudio como lo son los costos de venta y la rentabilidad. De la misma forma, se aplicó el método de una encuesta al gerente mediante una serie de preguntas diferentes que permitieron obtener los resultados y el detalle para determinar el efecto de los costos de ventas en la rentabilidad en la empresa en estudio.

3.5 Método de análisis de datos / información

Para poder obtener la información indispensable acerca del objetivo específico N°1: Identificar el efecto de los costos de ventas sobre la rentabilidad en las pequeñas y medianas empresas del Perú 2023, se empleó la verificación de información obtenida por los antecedentes implícitos en el presente estudio.

En cuanto al objetivo específico N°2: Identificar el efecto de los costos de ventas sobre la rentabilidad del Caso: Roberto & Xiomara E.I.R.L. Piura – 2023, se empleó una serie de interrogantes sobre los costos de ventas y de la rentabilidad, la cual se aplicará el titular de la empresa.

En el objetivo específico N°3: Comparar el impacto de la gestión financiera en la rentabilidad de las pequeñas y medianas del Perú Caso: Roberto & Xiomara E.I.R.L. Piura – 2023, se examinaron los objetivos específicos 1 y 2 los cuales permitieron el reconocer cual es el efecto de los costos de ventas en la rentabilidad de la empresa en estudio.

3.6 Aspectos Éticos

Según Uladech (2024) todas las actividades de investigación, deben respetar el Reglamento de Integridad Científica en la investigación, versión 001; Art. 5° - Principios éticos; aprobado por acuerdo del Consejo Universitario con Resolución N° 0277- 2024-CU-ULADECH Católica, del 14 de marzo de 2024, que se pormenorizan a continuación:

- a) **Respeto y protección de los derechos de los intervinientes:** su dignidad, privacidad y diversidad cultural. Se respetó y guardó la confidencialidad y la privacidad de los participantes (o fuentes) del estudio en todos los productos de la investigación

científica. Así mismo se presentó el documento (solicitud) de acceso a la organización (u otro) para el recojo de información/datos.

- b) **Cuidado del medio ambiente:** respetando el entorno, protección de especies y preservación de la biodiversidad y naturaleza. Se declara no haber causado daños, riesgos o beneficios a los animales, las plantas, medio ambiente o a la biodiversidad involucrados en la investigación.
- c) **Libre participación por propia voluntad:** estar informado de los propósitos y finalidades de la investigación en la que participan de tal manera que se exprese de forma inequívoca su voluntad libre y específica. Se solicitó expresamente el consentimiento informado del participante y se absolvió cualquier duda en relación a la investigación.
- d) **Beneficencia, no maleficencia:** durante la investigación y con los hallazgos encontrados asegurando el bienestar de los participantes a través de la aplicación de los preceptos de no causar daño, reducir efectos adversos posibles y maximizar los beneficios. Se tuvo el cuidado, en todo momento, para disminuir posibles efectos adversos y maximizar los beneficios de los participantes o involucrados en la investigación científica.
- e) **Integridad y honestidad:** que permita la objetividad imparcialidad y transparencia en la difusión responsable de la investigación. Se cuidó el rigor científico en el recojo de datos. Así mismo se respetó la propiedad intelectual con los estándares indicados en la norma de propiedad intelectual. Además, se declara en relación a los conflictos de interés que, no se presentó ninguno que pudiera afectar el curso del estudio o la comunicación de sus resultados.
- f) **Justicia:** a través de un juicio razonable y ponderable que permita la toma de precauciones y limite los sesgos, así también, el trato equitativo con todos los participantes. Se tomó las precauciones necesarias para evitar sesgos en la investigación. Así mismo se declara que, no se acontecieron limitaciones en dicha investigación.

IV. RESULTADOS

4.1. Respecto al objetivo específico N°1

Identificar el efecto de los costos de ventas sobre la rentabilidad en las pequeñas y medianas empresas del Perú 2023

Cuadro 1: Resultados del Objetivo específico 1

Autor(es)	Resultados
Rodríguez (2022)	Los costos de venta ocasionan un impacto en la rentabilidad de las empresas debido a que este es un indicador clave para poder evaluar el desempeño de estas tanto de manera financiera como su capacidad de la misma para poder generar ganancias relacionada con la inversión realizada. Hay que tener en cuenta que las empresas deben conocer esto para poder tener estrategias teniendo una evaluación comparativa con otras empresas del mismo sector. Esto permite poder medir de manera eficaz la gestión empresarial y de esta manera saber cuál es su capacidad de generar retornos frente al capital invertido sabiendo así que la probabilidad de éxito que pueden tener las empresas lo cual se ve expresado en un porcentaje frente a la tasa de retorno de la inversión. Las empresas buscan la mayor cantidad de ganancias, pues esto representa el excedente de ingresos que las empresas obtienen luego de deducir sus gastos y costos incurridos que se dan de manera directa de las actividades comerciales que realizan. Las empresas toman en cuenta las ganancias, relacionándolas con diferentes variables como el patrimonio neto, fondos fijos o capital invertido y los activos totales.
Mostacero (2020)	Los costos de ventas ayudan a las empresas a determinar la rentabilidad de las mismas comparando sus precios con los del mercado, se entiende que dicha rentabilidad comercial de los productos o servicios que ofrecen las empresas se dan por acomodar los costos de estos mismos. Para que puedan tener una buena gestión de costo deben de fijar los costos unitarios de cada producto o servicio, los precios de los productos, saber la rentabilidad global de los capitales invertidos, tener en cuenta los índices de productividad

	<p>del negocio, entre otros. También, se debe contar con la información de los detalles económicamente razonables de las partes que integran el costo de los servicios o productos que son ofrecidos por las empresas. Hay que tener en cuenta que en las empresas se debe de tener un punto de equilibrio donde deben saber cuál es el punto donde los ingresos se igualan a los costos en el cual no existen ni utilidades ni pérdidas, una vez determinado esto se podrá deducir en que cantidad de ventas ya se generarán utilidades y concluir así a partir de qué nivel de ventas se podrá recomendar cambiar un costo ya sea variable o fijo donde la empresa determinará si es factible continuar con dicho producto o servicio.</p>
Reyes (2022)	<p>Existen muchos tipos de costos donde no todos están valorados de la misma manera, en este caso los costos indirectos vienen a ser aquellos que no pueden imputarse dentro del costo del producto o servicio de las empresas, en otras palabras, vienen a ser la compra de servicios o bienes que no están relacionados con la compra de bienes y servicios por ejemplo la maquinaria, el mantenimiento, el mobiliario, equipos informáticos, etc. Cabe recalcar que estos gastos son necesarios para las empresas, aunque dichos gastos no incidan directamente en el producto, pero estos dichos costes mantienen el buen funcionamiento de las empresas pues dan un respaldo a el flujo de trabajo en la empresa, a las operaciones diarias y a los procesos de los equipos. Estos costes no son muchos debido a que la empresa puede funcionar sin parte de ellos, pero no lo haría tan bien debido a que sin tener bienes o servicios primordiales que apoyen el trabajo de los empleados y dueños a realizar labor con eficacia las empresas tendrían dificultades para crecer. Como por ejemplo las herramientas de contabilidad y marketing.</p>
Aparicio (2018)	<p>Las empresas deben saber tener un control en su costo de ventas pues esto es vital para el éxito de las mismas, esto les permite saber cuánto se debe cobrar para así ser rentables y generar ganancias. Para poder reformar un modelo de negocio, disminuir los gastos se debe de saber</p>

	<p>cuál es el costo de ventas y cuál es la relación con sus beneficios, de esta manera se podrán ajustar las propuestas internas de las empresas. Aplicando esto se puede tener una estrategia frente a cualquier crisis de mercado, como por ejemplo los fue la del Covid-19 lo cual golpeo a muchas empresas durante un par de años seguidos. Los costos de ventas vienen a ser lo que le cuesta a la empresa adquirir o producir algún servicio o artículo que va a vender, dicho costo es calculado por periodos, aquí están incluidos el suministro de servicios, la compra de productos, los fletes la tecnología, el pago de salarios, etc. Se debe tener en cuenta que para tener un precio adecuado para algún servicio o producto se debe calcular el costo de las ventas, el precio es clave para competir en el mercado y así saber cuál es el margen de ganancia que pueden obtener.</p>
Aznanan (2022)	<p>Los gerentes de las empresas se toman el tiempo necesario para analizar las actividades y cuanto es el volumen en las ventas, pero muchas veces descuidan los costos, así como el análisis de la rentabilidad pues, aunque se analice el volumen de las ventas lo cual ayuda para poder evaluar la eficiencia de las ventas, se dejan de lado cosas importantes como saber cuan rentable es son las actividades de dichas empresas, además no tienen en cuenta que un alto volumen no significa utilidades altas. Las empresas deben de saber que la rentabilidad no es nada más que el resultado de dividir el beneficio obtenido entre las ventas netas, dicho resultado les va a permitir evaluar la eficacia en sus operaciones que realizan, en otras palabras, sabrán cual es la capacidad que tienen las empresas en poder convertir sus ventas en beneficios, con esto se medirá la eficiencia de la empresa al igual, al igual que si rentabilidad. Lo cual va a ser un indicador muy importante para que las empresas puedan obtener inversores pues dichos inversores de esta manera saben cuáles son las posibilidades con las que una empresa cuenta para poder recuperar su deuda, retribuyendo la inversión.</p>

Calva (2023)	<p>Los efectos que tienen los costos en la rentabilidad de las empresas del Perú relacionadas con la manera en cómo se gestionan sus controles porque si estas no tienen bajo control los costos esto ocasionará que el margen de ganancia se vea reducido teniendo como consecuencia problemas financieros, además de afectar su capacidad de crecimiento y a su vez su rentabilidad, dando como resultado un problema en su liquidez. Teniendo esto en cuenta las empresas no podrán cubrir sus costos y/o gastos que tengan haciendo que su productividad se vea comprometida, así como su forma de competir en el mercado o la forma en que puedan adaptarse al mismo, con esto las empresas tienen una presión financiera para cumplir sus compromisos y así tener un equilibrio entre los ingresos, los gastos y los costos consiguiendo un crecimiento exponencial al pasar el tiempo.</p>
Sandoval (2022)	<p>Una manera de como indicar la rentabilidad financiera de las empresas es el ROE, viendo cual es el retorno sobre el patrimonio, los resultados que se obtengan de este indicador permitirán que tan ventajosa son las empresas para sus activos, es decir las empresas debe saber que por cada sol que invirtió en sus activos se obtiene un cierto porcentaje en el rendimiento, de esta forma se ve reflejado cuanto rinde el capital que se ha invertido. Las empresas deben saber que los factores más adecuados para tener ganancias de una empresa están en el mercado, esto depende del elemento débil, cuál es su mayor producto y servicio, reducir costos, les ayudará a que tengan una aceptación entre sus compradores, los cuales aumentarán y en consecuencia habrá resultados positivos que serán beneficiosos para la empresa. Se debe tener en cuenta que hay diversos factores en la rentabilidad, como, por ejemplo, sus decisiones financieras o como administran la empresa, el medio macroeconómico de la empresa la calidad en el área y la manera en cómo es la organización. Esto indica que una empresa al tener un buen gobierno y seguimiento de su stock obtendrá mejores ganancias, lo cual no les costará para nada unirse</p>

	al mercado. Siendo rentable porque va a poder satisfacer las expectativas de los usuarios, participar de mejor forma en el mercado y así obtener mayores ingresos en beneficio de las empresas.
--	---

Fuente: Elaboración a través de los antecedentes nacionales y regionales.

4.2. Respecto al objetivo específico N°2

Identificar el efecto de los costos de ventas sobre la rentabilidad del Caso: Roberto & Xiomara E.I.R.L. Piura – 2023

Cuadro 2: Resultados del objetivo específico 2

N°	PREGUNTAS	RESPUESTAS	
		SI	NO
VARIABLE 1 LOS COSTOS DE VENTAS			
DIMENSION 1: COSTOS DIRECTOS			
1	¿Pueden los costos de venta afectar la rentabilidad de la empresa?	X	
2	¿El manejo de los costos directos se realiza de una manera eficiente?	X	
3	¿Se hace un control sobre los productos a vender?	X	
4	¿Se llevan a cabo supervisiones regulares para asegurar una gestión adecuada de los costos directos?	X	
5	¿Se consideran los costos de mantenimiento de los equipos como costos directos en la contabilidad de una empresa?		X
DIMENSIÓN 2: COSTOS INDIRECTOS			
6	¿Se consideran los costos de transporte como parte de los costos indirectos?	X	
7	¿Considera que el valor de la depreciación de los activos impacta en la rentabilidad de la empresa? () Siempre () Casi nunca () Casi siempre () Nunca (X) A veces		
8	¿Los costos indirectos que se tienen se controlan de forma eficiente cuando se hacen las operaciones?	X	
9	¿Se hace la provisión de seguro contra accidentes como un costo?		X
10	¿Desde su punto de vista los costos indirectos tienen que ser administrados de forma constante? (X) Siempre () Casi nunca () Casi siempre () Nunca () A veces		

VARIABLE 2: RENTABILIDAD			
DIMENSIÓN 1: RENTABILIDAD ECONÓMICA			
11	¿La empresa ha mejorado su margen de beneficio neto estos últimos meses?		X
12	¿La administración que ha tenido la empresa ha sido eficaz para poder generar utilidades?	X	
13	¿Se cuentan con estrategias para poder gestionar los riesgos que están asociados a los productos y otros factores puedan tener un efecto en la rentabilidad?		X
14	¿Se hace una medición sobre el ROI de la empresa?		X
15	¿Las ventas que ha realizado la empresa han sido las esperadas para cumplir con sus objetivos?	X	
DIMENSIÓN 2: RENTABILIDAD FINANCIERA			
16	¿La productividad de la empresa es efectiva considerando sus costos y gastos?	X	
17	¿La empresa cumple con el pago de impuestos de manera puntual?	X	
18	¿Cuál de los siguientes factores cree que influyen más en la rentabilidad financiera? (X) Precio de mercado (X) Adquisición y Retención de Clientes () Estrategia de precios () Posición en inversión tecnológica () Control de costos		
19	¿Cuál es el nivel en que se encuentra la rentabilidad financiera? (X) Alta () Media () Baja		
20	¿La empresa ha implementado medidas con el fin de reducir costos y así mejorar la eficiencia en las operaciones de extracción y también procesamiento?		X

Fuente: Elaboración propia en base al cuestionario aplicado a la empresa Roberto & Xiomara E.I.R.L.

4.3. Respecto al objetivo específico N°3

Comparar el impacto de la gestión financiera en la rentabilidad de las pequeñas y medianas del Perú Caso: Roberto & Xiomara E.I.R.L. Piura – 2023

Cuadro 3: Resultados del objetivo específico 3

Elementos de comparación	Resultados del objetivo N°1	Resultados del objetivo N°2	Análisis y/o explicación
Costos directos	Aznanan (2022) las empresas se toman el tiempo necesario para analizar las actividades y cuanto es el volumen en las ventas, pero muchas veces descuidan los costos, así como el análisis de la rentabilidad pues, aunque se analice el volumen de las ventas lo cual ayuda para poder evaluar la eficiencia de las ventas. Las empresas deben de saber que la rentabilidad no es nada más que el resultado de dividir el beneficio obtenido entre las ventas netas, dicho resultado les va a permitir evaluar la eficacia en sus operaciones que realizan. Y si mantienen un buen control de inventarios esto	La empresa en estudio si hace un control de inventarios, los cuales serán usados en las operaciones lo que ocasiona hace que se tenga una mejor eficiencia operativa.	Si coinciden ya que el control del inventario del stock de la empresa hace que se tenga una mejor eficiencia al momento que realizar sus operaciones y al momento de se vendan siendo rentable para ella.

	ayudará a tener una noción precisa sobre todos los materiales desde que fueron adquiridos hasta su utilización.		
Costos indirectos	Existen muchos tipos de costos donde no todos están valorados de la misma manera, en este caso los costos indirectos vienen a ser aquellos que no pueden imputarse dentro del costo del producto o servicio de las empresas, en otras palabras, vienen a ser la compra de servicios o bienes que no están relacionados de manera directa con la compra de bienes y servicios por ejemplo la maquinaria, el mantenimiento, el mobiliario, equipos informáticos, etc. Cabe recalcar que estos gastos son necesarios para las empresas, aunque dichos gastos no incidan directamente en el producto, pero estos dichos costes mantienen el buen funcionamiento de las empresas pues dan un respaldo a el flujo de trabajo en la empresa, a las operaciones	La empresa en estudio estima que los costos indirectos deben ser administrados de forma correcta pues, están relacionados con la venta y distribución del producto y/o servicio que se le ofrece al usuario lo cual tiene una influencia significativa en la rentabilidad.	Si coinciden ya que los costos tienen un impacto en la eficacia operativa en los costos administrativos, costos de mantenimiento y los costos de seguridad los cuales tienen un gran impacto para que los empleados y el gerente cuenten con los implementos necesarios.

	diarias y a los procesos de los equipos. Reyes (2022)		
Rentabilidad económica	Aparicio (2018) las empresas deben saber tener un control en su costo de ventas pues esto es vital para el éxito de las mismas, esto les permite saber cuánto se debe cobrar para así ser rentables y generar ganancias. Para poder reformar un modelo de negocio, disminuir los gastos se debe de saber cuál es el costo de ventas y cuál es la relación con sus beneficios, de esta manera se podrán ajustar las propuestas internas de las empresas. Mostacero (2020) los costos de ventas ayudan a las empresas a determinar la rentabilidad de las mismas comparando sus precios con los del mercado, se entiende que dicha rentabilidad comercial de los productos o servicios que ofrecen las empresas se dan por acomodar los costos de estos mismos.	La empresa en estudio, aunque ha tenido ventas, estas no han tenido las ventas esperadas al momento de proyectarse para el cumplimiento de sus metas que se tienen planeadas.	No coinciden ya que las ventas de la empresa no han ido en aumento debido a diferentes factores y si no buscan una mejora esto no va a resultar rentable para la empresa y solo se va a mantener para el día a día.

Rentabilidad financiera	<p>Una manera de como indicar la rentabilidad financiera de las empresas es el ROE, viendo cual es el retorno sobre el patrimonio, los resultados que se obtengan de este indicador permitirán saber que tan ventajosa son las empresas para sus activos, es decir las empresas debe saber que por cada sol que invirtió en sus activos se obtiene un cierto porcentaje en el rendimiento, de esta forma se ve reflejado cuanto rinde el capital que se ha invertido. Las empresas deben saber que los factores más adecuados para tener ganancias de una empresa están en el mercado, esto depende del elemento débil, cuál es su mayor producto y servicio, reducir costos, les ayudará a que tengan una aceptación entre sus compradores. Sandoval (2022)</p>	<p>La empresa en estudio, tiene un nivel de rentabilidad medio por lo que podemos deducir que es estable, sin embargo, si se quiere se quiere crecer y mantener competitivos se debe mejorar.</p>	<p>Si coinciden ya que el tener una rentabilidad media hace que se puedan cubrir los costos de la empresa y poder mejorar de manera continua más adelante.</p>
-------------------------	--	---	--

Fuente: Elaboración propia en base a los resultados comparables de los objetivos específicos 1 y 2

V. Discusiones

5.1. Respecto al objetivo específico N°1

Identificar el efecto de los costos de ventas sobre la rentabilidad en las pequeñas y medianas empresas del Perú 2023

Rodriguez (2022), afirma que los costos de venta ocasionan un impacto en la rentabilidad de las empresas debido a que este es un indicador clave para poder evaluar el desempeño de las mismas tanto de manera financiera como su capacidad de la misma para poder generar ganancias relacionada con la inversión realizada. Las empresas buscan la mayor cantidad de ganancias, pues esto representa el excedente de ingresos que las empresas obtienen luego de deducir sus gastos y costos incurridos que se dan de manera directa de las actividades comerciales que realizan. Las empresas toman en cuenta las ganancias, relacionándolas con diferentes variables como el patrimonio neto, fondos fijos o capital invertido y los activos totales.

Mostacero (2020), considera que los costos de ventas ayudan a las empresas a determinar la rentabilidad de las mismas comparando sus precios con los del mercado, se entiende que dicha rentabilidad comercial de los productos o servicios que ofrecen las empresas se dan por acomodar los costos de estos mismos. Para que puedan tener una buena gestión del costo deben de fijar los costos unitarios de cada producto o servicio, los precios de los productos, saber la rentabilidad global de los capitales invertidos, tener en cuenta los índices de productividad del negocio, entre otros.

Sin embargo, Reyes (2022), nos indica que Existen muchos tipos de costos donde no todos están valorados de la misma manera, en este caso los costos indirectos vienen a ser aquellos que no pueden imputarse dentro del costo del producto o servicio de las empresas, en otras palabras, vienen a ser la compra de servicios o bienes que no están relacionados con la compra de bienes y servicios por ejemplo la maquinaria, el mantenimiento, el mobiliario, equipos informáticos, etc. Cabe recalcar que estos gastos son necesarios para las empresas, aunque dichos gastos no incidan directamente en el producto, pero estos dichos costes mantienen el buen funcionamiento de las empresas pues dan un respaldo a el flujo de trabajo en la empresa, a las operaciones diarias y a los procesos de los equipos.

Aparicio (2018), indica que las empresas deben saber tener un control en su costo de ventas pues esto es vital para el éxito de las mismas, esto les permite saber cuánto se debe cobrar para así ser rentables y generar ganancias. Para poder reformar un modelo de negocio, disminuir los gastos se debe de saber cuál es el costo de ventas y cuál es la relación con sus

beneficios, de esta manera se podrán ajustar las propuestas internas de las empresas. Aplicando esto se puede tener una estrategia frente a cualquier crisis de mercado, como por ejemplo los fue la del Covid-19 lo cual golpeo a muchas empresas durante un par de años seguidos. Esto tiene relación con la teoría de Aznaran (2022), los gerentes de las empresas se toman el tiempo necesario para analizar las actividades y cuanto es el volumen en las ventas pero muchas veces descuidan los costos así como el análisis de la rentabilidad pues aunque se analice el volumen de las ventas lo cual ayuda para poder evaluar la eficiencia de las ventas, se dejan de lado cosas importantes como saber cuan rentable es son las actividades de dichas empresas, además no tienen en cuenta que un alto volumen no significa utilidades altas. Las empresas deben de saber que la rentabilidad no es nada más que el resultado de dividir el beneficio obtenido entre las ventas netas, dicho resultado les va a permitir evaluar la eficacia en sus operaciones que realizan, en otras palabras, sabrán cual es la capacidad que tienen las empresas en poder convertir sus ventas en beneficios, con esto se medirá la eficiencia de la empresa al igual, al igual que si rentabilidad.

5.2. Respecto al objetivo específico N°2

Identificar el efecto de los costos de ventas sobre la rentabilidad del Caso: Roberto & Xiomara E.I.R.L. Piura – 2023

Con los resultados obtenidos por medio de la encuesta aplicada al titular gerente de la empresa Roberto & Xiomara E.I.R.L. se determinó que la empresa tiene un control de inventario sobre sus materiales pues los utiliza en el día a día al momento de ofrecerlos al público. EL hecho de que la empresa cuente con dicho control nos indica que mantienen un orden para saber con qué elemento cuentan en el momento, la cantidad de elementos con el que cuentan al iniciar sus actividades para que todo se desarrolle de forma eficiente, es por ello que esto involucra su calidad y que tan seguros son para garantizar que los materiales se ajusten a los estantales necesarios, por ende, cuando al comprador les toque manipularlos estos sean seguros. Teniendo una similitud por lo manifestado por Aznaran (2022) que indica el tener un control de los inventarios ayuda a llevar una información precisa sobre todo el stock desde que fue adquirido hasta su utilización, ayuda que se tenga una mejor planificación y así tener conocimiento de los elementos existentes manteniendo todo bien implementado.

Asimismo, la empresa expresó que los costos indirectos deben tener una buena administración porque pueden influir en la rentabilidad ocasionando que los beneficios disminuyan, entrando a tallar la diferencia de precios, controlándose esto de manera

apropiada puede hacer que la rentabilidad se sostenga aun cuando haiga una variación en el mercado que perjudique los precios de los materiales que se compran y luego se den a la venta. Esto concuerda por lo dicho por Reyes (2022) el cual nos menciona existen muchos tipos de costos donde no todos están valorados de la misma manera, en este caso los costos indirectos vienen a ser aquellos que no pueden imputarse dentro del costo del producto o servicio de las empresas, en otras palabras, vienen a ser la compra de servicios o bienes que no están relacionados de manera directa con la compra de bienes y servicios por ejemplo la maquinaria, el mantenimiento, el mobiliario, equipos informáticos, etc. Los cuales son gastos necesarios para las empresas, aunque dichos gastos no incidan directamente en el producto, pero estos dichos costes mantienen el buen funcionamiento de las empresas pues dan un respaldo a el flujo de trabajo en la empresa, a las operaciones diarias y a los procesos de los equipos.

De la misma forma, se concluyó que la empresa no a tenido las ventas esperadas para poder cumplir con sus metas trazadas lo cual ha tenido como resultado un desajuste en las proyecciones planeadas, quedando por debajo de lo esperado lo cual les causar problemas para cubrir los gastos que puedan surgir. Frente a esto surgirán desafíos estratégicos y financieros requiriendo un análisis para establecer medidas para adaptarse a los cambios que puedan surgir. Esto es contrario a lo que nos dice Aparicio (2018), pues nos dice que las empresas deben saber tener un control en su costo de ventas pues esto es vital para el éxito de las mismas, esto les permite saber cuánto se debe cobrar para así ser rentables y generar ganancias. Para poder reformar un modelo de negocio, disminuir los gastos se debe de saber cuál es el costo de ventas y cuál es la relación con sus beneficios, de esta manera se podrán ajustar las propuestas internas de las empresas. De la misma manera Mostacero (2020), establece que los costos de ventas ayudan a las empresas a determinar la rentabilidad de las mismas comparando sus precios con los del mercado, se entiende que dicha rentabilidad comercial de los productos o servicios que ofrecen las empresas se dan por acomodar los costos de estos mismos.

De igual forma, se halló que el nivel de rentabilidad financiera tiene un nivel medio lo que nos dice que la empresa está operando con cierta inestabilidad financiera, esto se puede mejorar y maximizar las ganancias teniendo estrategias como buscar nuevas oportunidades y así aumentar sus ingresos, también la deducción de costos, entre otras cosas. Estos resultados se equiparán con lo descubierto por Sandoval (2022), quienes manifiesta que una manera de como indicar la rentabilidad financiera de las empresas es el ROE, viendo cual

es el retorno sobre el patrimonio, los resultados que se obtengan de este indicador permitirán saber que tan ventajosa son las empresas para sus activos, es decir las empresas debe saber que por cada sol que invirtió en sus activos se obtiene un cierto porcentaje en el rendimiento, de esta forma se ve reflejado cuanto rinde el capital que se ha invertido. Las empresas deben saber que los factores más adecuados para tener ganancias de una empresa están en el mercado, esto depende del elemento débil, cuál es su mayor producto y servicio, reducir costos, les ayudará a que tengan una aceptación entre sus compradores.

5.3. Respecto al objetivo específico N°3

Comparar el impacto de la gestión financiera en la rentabilidad de las pequeñas y medianas del Perú Caso: Roberto & Xiomara E.I.R.L. Piura – 2023

Respecto a los costos directos

De acuerdo a los objetivos específicos 1 y 2 se encontró que hay un control de inventarios en las empresas investigadas para poder ofrecer sus productos, esto con la finalidad de poder contar con la información y características de dichos productos cuando el cliente lo solicite. Los resultados se amoldan con los resultados de la empresa en estudio debido a que la empresa está teniendo un buen control de su stock y así tiene una eficiencia operativa alta, manteniendo su competitividad para obtener una buena posición en el mercado.

Respecto a los costos indirectos

De acuerdo a los objetivos específicos 1 y 2 se encontró como resultado que la buena gestión en la administración de los costos indirectos ayuda al buen funcionamiento de las empresas. Estos resultados concuerdan con los resultados dados por la empresa en estudio dado que el titular gerente considera de gran importancia estos costos pues si bien no están de manera directa presente con la compra de mercadería o en la venta de la misma son importantes para mantener una buena gestión y que todo de desarrolle de manera correcta ya que si bien sin alguno de estos todo se daría con normalidad no se podría desarrollar al 100% de su capacidad.

Respecto a la rentabilidad económica

De acuerdo a los objetivos específicos 1 y 2 se dedujo que la mayoría de las empresas tienen las ventas previstas dependiendo de diversos acontecimientos que puedan suceder lo que da como resultado que puedan cubrir sus costos y de esta misma forma puedan invertir sus rendimientos obtenidos para la mejora de la empresa. Lo antes mencionado no coincide con los resultados obtenidos debido a que a pesar de que la empresa a tenido ventas no son las

proyectadas, si bien cumplen con su objetivo de vender estas no van en aumento y cual les genera ganancias mínimas teniendo como resultado una gestión no mala, pero si pobre.

Respecto a la rentabilidad financiera

De acuerdo a los objetivos específicos 1 y 2 se dedujo que la rentabilidad de una empresa debe ser como mínimo media para poder alcanzar el cubrir los gastos y costos durante un periodo determinado, indicando que se encuentra estable pero no obstante le falta para cumplir con sus proyecciones. Estos resultados coinciden debido a que la empresa cuenta con este rendimiento medio, pero debe tener una mejor gestión sino va a estar en un estancamiento lo cual les perjudicará en un futuro al momento de querer expandirse o desarrollarse.

VI. Conclusiones

6.1. Respecto al objetivo específico N°1

Se concluyó que efectos en los costos de ventas sobre la rentabilidad en las pequeñas y medianas empresas del Perú están relacionadas con la manera en cómo se gestionan debido a que si no se tienen bajo un control esto puede ser perjudicial para la empresa pues el margen de ganancia que se pueda obtener se verá reducido afectando su capacidad financiera, ocasionando problemas en su crecimiento y tendrá problemas con su rentabilidad. A su vez tendrá falta de liquidez para poder cubrir sus costos y gastos teniendo como resultado una pobre productividad viéndose afectada su competitividad en el mercado y la adaptación del mismo, es por ello que se debe manejar un equilibrio entre los ingresos, los gastos y los costos para poder desarrollarse de manera óptima.

6.2. Respecto al objetivo específico N°2

Se concluye que los costos de ventas tienen un efecto en la rentabilidad en la empresa Roberto & Xiomara E.I.R.L. aunque de tiene una buena gestión de dichos costos, no es la más adecuada porque no llegan a cubrirse de manera adecuada en su momento, si bien son controlados de una forma eficaz dándole una estabilidad financiera aparente y esté preparada para alguna situación imprevista, las ventas no fueron las proyectadas, se espera que esto mejore con el pasar del tiempo con nuevas operaciones, hay que recalcar que sus costos indirectos deben de mantenerse bien administrados porque pueden ocasionar el aumento de las deducciones en las ganancias debido a que su rentabilidad está en un punto medio donde puede tener dos escenarios, el primero mejorar y así poder innovar para seguir mejorando, lograr rendimientos altos que sumen a su fortalecimiento o en el peor de los casos que resulte en una pérdida total.

6.3. Respecto al objetivo específico N°3

Respecto a los costos directos de acuerdo a los objetivos específicos N° 1 y 2 se encontró que hay un control de inventarios en las PYMES y en la empresa investigada para poder ofrecer sus productos, esto con la finalidad de poder contar con la información y características de dichos productos cuando el cliente lo solicite. Este control de su stock es eficiente y promueve una asignación más planificada de sus recursos y la toma de decisiones con datos concretos.

Respecto a los costos indirectos de acuerdo a los objetivos específicos N° 1 y 2 se concluye que las PYME y la empresa en estudio llevan una buena gestión en la administración de los costos indirectos lo cual les ayuda al buen funcionamiento de las empresas y tienen un

efecto en su rentabilidad. Si esto fuera diferente sería muy perjudicial para la empresa y afectaría en su competitividad en el mercado. Es importante implementar estrategias que ayuden a minimizar y controlar estos costos.

Respecto a la rentabilidad económica de acuerdo a los objetivos específicos N° 1 y 2 se concluye que, no hay coincidencia pues las Mypes investigadas han tenido las ventas esperadas, mientras que la empresa en estudio no ha tenido ventas proyectadas, si bien cumplen con su objetivo de vender estas no van en aumento y cual les genera ganancias mínimas teniendo como resultado una gestión no mala, pero si pobre. Se deben proponer estrategias que ayuden a buscar oportunidades y acoplarse al mercado cambiante.

Respecto a la rentabilidad financiera de acuerdo a los objetivos específicos N° 1 y 2 se concluye que las PYME y la empresa en estudio tiene una rentabilidad media para poder alcanzar el cubrir los gastos y costos durante un periodo determinado sin ningún problema, indicando que se encuentra estable pero no obstante le falta para cumplir con sus proyecciones. Aunque se mantiene la empresa en operatividad y cumpliendo sus obligaciones y margen limitado podría restringir sus recursos con los que puedan disponer.

6.4. Respecto al objetivo general

Se determina que los costos de ventas pueden afectar la rentabilidad de cualquier empresa y es imprescindible saberlo para poder tener éxito a largo plazo debido a que las PYME tienen un margen de ganancia ajustado en comparación de las grandes empresas lo cual ocasiona que dichos costos tengan un gran impacto frente a sus ganancias y por consiguiente en su rentabilidad, debido a esto es que siempre se busca tener una eficiencia operativa buscando las formas de disminuir costos sin que se vea afectada la empresa, hay que tener en cuenta que esto es tema muy delicado debido a que las PYME son sensibles al momento de variar sus costos, requiriendo tener estrategias para poder adaptarse a las variaciones, es por ello que la adaptabilidad es clave frente a este panorama, por lo que cambios minúsculos en los costos de ventas pueden ocasionar impactos en sus finanzas. La empresa en estudio debe tener en cuenta estos puntos ya que los costos de ventas aun no afectan su rentabilidad, la manera en que han mantenido un control sobre estos ah sido su mejor opción pues no se a perjudicado su rentabilidad, sin embargo, su rentabilidad se encuentra en un nivel moderado puede elevarse tomando las decisiones y estrategias correctas.

VII. Recomendaciones

Se recomienda al titular gerente debe de poner en práctica medidas que ayuden a reducir costos y de esta forma mejorar su gestión en sus actividades tanto relacionadas al comercio, será valioso considerar evaluar proveedores alternativos que proporcionen nuevos o mejores insumos de calidad a precios más rentables, lo que impactaría de forma positiva en la deducción de costos sin poner en compromiso a la empresa.

Se recomienda a la empresa realizar el cálculo del retorno de inversión debido que al implementarlo les dará información valiosa lo que les ayudará a una buena toma de decisiones proporcionando una visión más clara de su rentabilidad frente a proyectos anteriores, identificando patrones exitosos y áreas en las cuales mejorar, fortificando su estrategia de inversión priorizando los beneficios en nuevos proyectos.

De igual forma, la empresa debe tener estrategias que ayuden a que su rentabilidad no se vea comprometida, se podría tener una diversificación de productos en si el no depender solamente de su producto más vendido, esto ayudará a que disminuya su vulnerabilidad ante las diversas fluctuaciones de precios en el mercado.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- ACIMED. (14 de Mayo de 1996). La planificación de los costos y su análisis en las instituciones de información. Obtenido de Definición de costos: http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1024-94351996000200006
- Aguirre, C., Barona, C., & Dávila, G. (20 de Setiembre de 2020). La rentabilidad como herramienta para la toma de decisiones: análisis empírico en una empresa industrial. Obtenido de La Rentabilidad: https://revistas.upeu.edu.pe/index.php/ri_vc/article/view/1396
- Álvarez, J. (2004). Rentabilidad Empresarial Propuesta Practica de Analisis y Evaluación. Madrid: Cámaras de Comercio. Servicios de Estudios.
- Álvarez, P., & Pizarro, S. (2020). ACTIVO CORRIENTE EN LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA PROIMEC S.A. DEL CANTÓN MANTA, 2019-2020. Revista Científica Multidisciplinaria Arbitrada YACHASUN, 6(11), 12. Obtenido de <https://editorialibkn.com/index.php/Yachasun/article/view/226/380>
- Amaro, Y. (2022). Teoría del Costo. Revista Contabilidad Financiera, <https://www.scielo.br/j/rcf/a/cFbM5tD3N4YKgMqrpdVy8wy/>.
- Aparicio, J. (2018). Costos de venta y rentabilidad de las empresas comercializadoras de vehículos automotores en el distrito de Wanchaq-Cusco, 2018. Lima: Universidad Cesar Vallejo. Obtenido de <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/38642>
- Arching, C. (2004). RATIOS FINANCIEROS Y MATEMATICAS DE LA MERCADOTECNIA. Lima: Prociencia & Cultura S.A. Obtenido de https://www.academia.edu/28466683/Ratios_financieros_y_matematicas_de_la_mercadotecnia
- Arias, I., Vallejo, M., & Ibarra, M. (2020). Los costos de producción industrial en el Ecuador. Revista espacios, 41(7), 8. Obtenido de <https://www.revistaespacios.com/a20v41n07/20410708.html>
- Aznanan, F. (2022). Gestión de costos y la rentabilidad sobre las ventas de la empresa Grupo G Y CH S.A.C., Callao, en el periodo 2020-2021. Chimbote: Universidad Cesar Vallejo. Obtenido de <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/102053>

- Baena, P. (2017). Metodología de la investigación (Tercera Edición ed.). Chimbote: Repositorio Institucional de ULADECH. Obtenido de http://www.biblioteca.cij.gob.mx/Archivos/Materiales_de_consulta/Drogas_de_Abuso/Articulos/metodologia%20de%20la%20investigacion.pdf
- Balanda, A. (2005). Contabilidad de Costos. San Luis: UNIVERSIDAD NACIONAL de MISIONES. Obtenido de https://editorial.unam.edu.ar/images/documentos_digitales/Contabilidad_de_Costos-Alberto_Balanda.pdf
- Barreto, W., Andrade, N., Cedeño, L., & Uriña, M. (2023). Determinación de Costos y su Efecto en la Rentabilidad del Centro de Diagnóstico por Imagen Mundo de Imágenes S.A. Guayaquil: Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar. Obtenido de <https://ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/7657>
- Calva, B. (2023). Los costos y su efecto en la rentabilidad de las pequeñas y medianas empresas del Perú caso: Compañía Minera Hilton E.I.R.L. Piura 2023. Piura: Universidad Católica los Angeles de Chimbote. Obtenido de <https://repositorio.uladech.edu.pe/handle/20.500.13032/36265>
- Cañari, A. (13 de Octubre de 2023). ¿Qué son las pymes peruanas y por qué deben internacionalizarse? Obtenido de USIL Blog: <https://blogs.usil.edu.pe/facultad-derecho/relaciones-internacionales/pymes-peruanas-importancia-internacionalizacion>
- Cartier, E., & Osorio, O. M. (1992). Evento Científico Contabilidad, Finanzas y Auditoría en el Proceso de Integración Iberoamericana. Ciudad de La Habana - Cuba. Obtenido de <https://apps.econ.unicen.edu.ar/sitios/costos/wp-content/uploads/2016/03/TGC-Marco-Necesario.pdf>
- Cevallos, M. (2021). Efectividad del Sistema de Gestión del Costo Como un Óptimo Empresarial. Revista Digital FCE - UNLP(17), 8. Obtenido de <https://revistas.unlp.edu.ar/CADM/article/view/9355/9887>
- Cleri, C. (2007). El libro de las PyMEs. BUENOS AIRES: Ediciones Granica S.A. Obtenido de <https://www.perlego.com/it/book/2083497/el-libro-de-las-pymes-pdf>

- Colina, F., Isea, J., & Aldana, J. (2021). Impacto del COVID-19 en pequeñas y medianas empresas del Perú. *Revista de ciencias sociales*, 27(4), 16. Obtenido de <https://produccioncientificaluz.org/index.php/racs/article/view/36991/40114>
- Córdova, I., Manguinuri, L., Farfán, A., & Carazas, R. (2022). La mejora de la rentabilidad mediante el control de inventario. *Revista Colón Ciencias, Tecnología y Negocios*, 9(2), 17. Obtenido de https://revistas.up.ac.pa/index.php/revista_colon_ctn/article/view/3105/2765
- Cueva, Y., Martínez, L., & Oblitas, R. (2020). Control interno y la rentabilidad de la empresa Albis Perú. *Revista Científica Multidisciplinar*, 5(6), 20. Obtenido de <https://ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/1093/1491>
- Damián, V. (2020). Emprendedores y pymes en el Perú. *Economía & Negocios*, 2(1), 4. Obtenido de <https://revistas.unjbg.edu.pe/index.php/eyn/article/view/903/986>
- De La Hoz , B., Ferrer, M., & De La Hoz, A. (07 de Octubre de 2018). Indicadores de rentabilidad: herramientas para la toma decisiones financieras en hoteles de categoría media ubicados en Maracaibo. Obtenido de *Indicadores de rentabilidad: https://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1315-95182008000100008*
- Encalada, G., Beltrán, M., Ocampo, W., & Contreras, M. (2021). Análisis de la Rentabilidad de la Empresa Interagro. *Revista científica ciencias economicas y empresariales*, 6(4), 14. Obtenido de <https://fipcaec.com/index.php/fipcaec/article/view/512/899>
- Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación* (Sexta ed.). Mexico: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. Obtenido de <https://www.esup.edu.pe/wp-content/uploads/2020/12/2.%20Hernandez,%20Fernandez%20y%20Baptista-Metodolog%C3%ADa%20Investigacion%20Cientifica%206ta%20ed.pdf>
- Forero, J., Bohórquez, L., & Lozano, A. (2008). Impacto de la calidad en la rentabilidad. Caldas: Universidad Distrital Francisco José de Caldas. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/4988/498850166007.pdf>

- Gestion. (04 de Marzo de 2024). ¿Cuáles son las diferencias entre SA, SAC, SRL, EIRL y SAA? Obtenido de Gestión: <https://gestion.pe/economia/management-empleo/cts-en-que-caso-se-puede-retirar-fondo-este-2024-noticia/>
- Gitman, L., & Zutter, C. (2012). Principios de Administración financiera. Mexico: Pearson Educación de México, S.A. Obtenido de https://economicas.unsa.edu.ar/afinan/informacion_general/book/pcipios-adm-finan-12edi-gitman.pdf
- Gualpa, E. (2023). Análisis comparativo de los costos de producción nacional en relación a los costos de importación y su incidencia en la rentabilidad empresarial de Vasacorp SAS – Vatex periodo 2018-2021. Cuenca: Universidad de Cuenca. Obtenido de <http://dspace.ucuenca.edu.ec/handle/123456789/42696>
- Lizcano, J., & Castelló, E. (2004). Rentabilidad Empresarial Propuesta Práctica de Análisis y Evaluación. Obtenido de Cámaras de Comercio: https://www.camara.es/sites/default/files/publicaciones/rentab_emp.pdf
- Lopez , A. (2020). Uso de la estimación de costos como herramienta de evaluación. Revista científica UISRAEL, 13. Obtenido de <https://revista.uisrael.edu.ec/index.php/re/article/view/365/178>
- López, M. (2019). PyMEs: ENTRE LA TEORÍA Y LA PRÁCTICA BRECHA ENTRE “LO QUE DEBERÍA SER” Y “LO QUE ES”. San Martín: Universidad Nacional de San Martín. Obtenido de <https://ri.unsam.edu.ar/bitstream/123456789/844/1/TFPP%20EEYN%202019%20DK-MCA.pdf>
- Mostacero, R. (2020). Influencia de los costos de venta en la rentabilidad de la empresa Compañía Agro Industrial de la Sal E.I.R.L., Chiclayo. Chiclayo: Universidad Cesar Vallejo. Obtenido de <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/53307>
- Osorio, O. M. (1996). La teoría general del costo y la teoría contable. Medellín: Universidad de Buenos Aires. Obtenido de <https://revistas.udea.edu.co/index.php/cont/article/download/25518/21077/>
- Parada, J. (1988). Rentabilidad Empresarial Un enfoque de Gestión. Concepción: Universidad de Concepción. Obtenido de

<https://www2.udec.cl/~rparada/LibrosPublicados/LibroRentabilidadEmpresarial2.pdf>

- Paucar, M. (2020). La importancia de implementar un Sistema de Gestión de Costos en las pymes del Perú para lograr un adecuado desarrollo. *Lidera*, 4. Obtenido de <https://revistas.pucp.edu.pe/index.php/revistalidera/article/view/23647/22608>
- Pineda, E. (2008). Diseño de un sistema de costos para pymes. *Panorama*, 19. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/3439/343929216004.pdf>
- Puente, M., & Andrade, F. (05 de Diciembre de 2019). Relación entre la diversificación de productos y la rentabilidad empresarial. *Revista Ciencia Unemi*, 73-80. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/5826/582663825010.pdf>
- Reyes, F. (2022). Costo de ventas y su incidencia en la rentabilidad de la Empresa Contrastes Authentic Fashion SAC Agustino-Lima, periodo 2019-2021. Lima: Universidad Cesar Vallejo. Obtenido de <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/101016>
- Rincón, C., Sánchez, X., & Cardona, L. (2019). Clasificación teórica de los costos. *Revista EAN*(87), 14. Obtenido de <https://journal.universidadean.edu.co/index.php/Revista/article/view/2448/1992>
- Rodriguez, D. (2022). ANALISIS DE COSTOS Y SU IMPACTO EN LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA EVOLUCIÓN DENTAL,SAC., 2020. LIMA: UNIVERSIDAD PERUANA DE CIENCIA E INFORMÁTICA. Obtenido de <https://repositorio.upci.edu.pe/bitstream/handle/upci/627/TESIS%2030-07-2021%20Dante%20Rodriguez.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Romero, R., & Torres, F. (2021). Gestión de costos en las cadenas productivas: reflexiones sobre su génesis. Zulia: Universidad del Zulia. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/5045/504566292008/html/>
- Sánchez , J. (2022). Análisis de Rentabilidad de la empresa. Obtenido de Análisis contable: <https://ciberconta.unizar.es/LECCION/anarenta/analisisR.pdf>
- Sandoval, L. (2022). Propuesta de un sistema de costos por procesos y su implicancia en la rentabilidad de las empresas que conforman Cepicafé Piura periodo 2021. Piura:

- Universidad Nacional de Piura. Obtenido de <https://repositorio.unp.edu.pe/items/f43ab9d2-2cac-4dfb-8aac-aa3cfe19f050>
- Soto, J. (2021). PROPUESTA DE SISTEMA DE COSTOS E INCIDENCIA EN LA UTILIDAD DE LA LAVANDERÍA INDUSTRIAL WASH S.A.C. Revista Quipukamayoc, 29(61), 10. Obtenido de http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1609-81962021000300085
- ULADECH. (2024). Reglamento de Integridad Científica en la Investigación. Chimbote: Uladech. Obtenido de x
- UP Posgrados Empresariales. (29 de Octubre de 2019). Administración y Recursos Humanos Posgrados Empresariales. Obtenido de Diferencias entre la micro, pequeña y mediana empresa: <https://blog.up.edu.mx/diferencias-entre-la-micro-pequena-y-mediana-empresa>
- Vega , J., & Cujano, J. (2023). Sistema de Costos y la Incidencia en la Rentabilidad de la Empresa SIMAA Cía. Ltda., del cantón Guano, período 2021. Chimborazo: Riobamba: Universidad Nacional de Chimborazo. Obtenido de <http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/10858>
- Villalba, C., Núñez, R., Navarrete, C., & Proaño, E. (2021). Gestión y costos de producción: Balances y perspectivas. Revista de Ciencias Sociales, 27(1), 12. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/280/28065533025/28065533025.pdf>
- Villasmil, M., Reyes, J., & Socorro, C. (2020). Tipos de rentabilidad: consecuencias de una eficiente gestión estratégica de costos en empresas manufactureras del plástico. Medellín: Tecnológico de Antioquia Institución Universitaria. Obtenido de <https://dspace.tdea.edu.co/handle/tdea/1074>
- Yahuana, L. (2023). Aplicación de costos ABC en el hospedaje Estrella, Sol y Luna EIRL, para aumentar la productividad y rentabilidad. Piura: Universidad Nacional de Piura. Obtenido de <https://repositorio.unp.edu.pe/items/500efe99-a2d5-4993-80c4-3f1fa1fe0bec>
- Zentner Alva, C. (15 de Julio de 2021). Las Microempresas y las Pequeñas y Medianas Empresas. USIL BLOGS, págs. <https://blogs.usil.edu.pe/facultad-ciencias->

empresariales/negocios-y-emprendimiento/dia-de-las-microempresas-y-las-pequeñas-y-medianas-empresas.

ANEXOS

Anexo 01. Matriz de Consistencia

Formulación del problema	Objetivos	Hipótesis (en caso aplique)	Variables	Metodología
<p>¿Cuál es el efecto que tienen los costos de ventas sobre la rentabilidad en las pequeñas y medianas empresas del Perú Caso: Roberto & Xiomara E.I.R.L. Piura – 2023?</p>	<p>Objetivo General:</p> <ul style="list-style-type: none"> Determinar el efecto de los costos de ventas sobre la rentabilidad en las pequeñas y medianas empresas del Perú <p>Caso: Roberto & Xiomara E.I.R.L. Piura – 2023</p> <p>Objetivos Específicos:</p> <ul style="list-style-type: none"> Identificar el efecto de los costos de ventas sobre la rentabilidad en las pequeñas y medianas empresas del Perú 2023 Identificar el efecto de los costos de ventas sobre la 	<p>No aplica.</p>	<p>Cotos de Ventas:</p> <ul style="list-style-type: none"> Costos directos Costos indirectos <p>Rentabilidad:</p> <ul style="list-style-type: none"> Rentabilidad económica Rentabilidad financiera 	<ul style="list-style-type: none"> Tipo de investigación: cualitativo. Nivel de investigación: descriptivo Diseño de la investigación: No experimental, bibliográfico y de caso. Población y muestra: las pequeñas y medianas empresas del Perú caso: Roberto & Xiomara E.I.R.L.

	<p>rentabilidad del Caso: Roberto & Xiomara E.I.R.L. Piura – 2023</p> <ul style="list-style-type: none">• Comparar el impacto de la gestión financiera en la rentabilidad de las pequeñas y medianas del Perú Caso: Roberto & Xiomara E.I.R.L. Piura – 2023			
--	---	--	--	--

Elaborado por: Rodriguez Morante Christian Alfredo

Anexo 02. Instrumento de recolección de información



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE

La técnica de la entrevista, se orienta a recopilar información directa sobre la investigación denominada: el tema: **LOS COSTOS DE VENTAS Y SU EFECTO EN LA RENTABILIDAD DE LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS DEL PERÚ CASO: ROBERTO & XIOMARA E.I.R.L. PIURA – 2023** al respecto se le pide que en las preguntas que a continuación se acompaña, nos responda con la claridad según la temática de investigación. Su aporte será de mucho interés en la investigación. Se agradece su participación y colaboración.

Preguntas:

Respecto a la variable: Costos de Ventas:

Dimensión 01: Costos Directos

1. ¿Pueden los costos de venta afectar la rentabilidad de la empresa?
 Si
 No
2. ¿El manejo de los costos directos se realiza de una manera eficiente?
 Si
 No
3. ¿Se hace un control sobre los productos a vender?
 Si
 No
4. ¿Se llevan a cabo supervisiones regulares para asegurar una gestión adecuada de los costos directos?
 Si
 No
5. ¿Se consideran los costos de mantenimiento de los equipos como costos directos en la contabilidad de una empresa?
 Si
 No

Dimensión 02: Costos Indirectos

6. ¿Se consideran los costos de transporte como parte de los costos indirectos?
(X) Si
() No
7. ¿Considera que el valor de la depreciación de los activos impacta en la rentabilidad de la empresa?
() Siempre () Casi nunca
() Casi siempre () Nunca
(X) A veces
8. ¿Los costos indirectos que se tienen se controlan de forma eficiente cuando se hacen las operaciones?
(X) Si
() No
9. ¿Se hace la provisión de seguro contra accidentes como un costo?
() Si
(X) No
10. ¿Desde su punto de vista los costos indirectos tienen que ser administrados de forma constante?
(X) Siempre () Casi nunca
() Casi siempre () Nunca
() A veces

Respecto a la variable: Rentabilidad.

Dimensión 01: Rentabilidad Económica

11. ¿La empresa ha mejorado su margen de beneficio neto estos últimos meses?
() Si
(X) No
12. ¿La administración que ha tenido la empresa ha sido eficaz para poder generar utilidades?
(X) Si
() No
13. ¿Se cuentan con estrategias para poder gestionar los riesgos que están asociados a los productos y otros factores que puedan tener un efecto en la rentabilidad?
() Si
(X) No

14. ¿Se hace una medición sobre el ROI de la empresa?

Si

No

15. ¿Las ventas que ha realizado la empresa han sido las esperadas para cumplir con sus objetivos?

Si

No

Dimensión 02: Rentabilidad Financiera

16. ¿La productividad de la empresa es efectiva considerando sus costos y gastos?

Si

No

17. ¿La empresa cumple con el pago de impuestos de manera puntual?

Si

No

18. ¿Cuál de los siguientes factores cree que influye más en la rentabilidad financiera?

Precio de mercado

Adquisición y Retención de Clientes

Estrategia de precios

Posición en inversión tecnológica

Control de costos

19. ¿Cuál es el nivel en que se encuentra la rentabilidad financiera?

Alta

Media

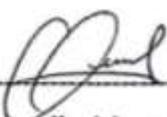
Baja

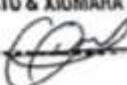
20. ¿La empresa ha implementado medidas con el fin de reducir costos y así mejorar la eficiencia en las operaciones de extracción y también procesamiento?

Si

No

Chimbote, 03 de Abril del 2024


Firma y sello del entrevistado

ROBERTO & XIOMARA E.I.R.L.


Anexo 03: Ficha Técnica de los Instrumentos

Ficha de Identificación del Experto para proceso de validación	
Nombres y Apellidos: Román Vilchez Inga	
Nº DNI / CE: 02666472.....	Edad:63 años.....
Teléfono / Celular: 954482746..... Email: romanvilchez@hotmail.com	
Título Profesional: Contador Público.....	
Grado Académico: Maestría _____ Doctorado: X.....	
Especialista: Contabilidad y Finanzas.....	
Institución que labora: Universidad Nacional de Piura	
Identificación del Proyecto de Investigación o Tesis	
Título: Los costos de ventas y su efecto en la rentabilidad de las pequeñas y medianas empresas del Perú caso: Roberto & Xiomara E.I.R.L. Piura – 2023	
Autor(es): Christian Alfredo Rodriguez Morante	
Programa Académico: Contabilidad	
 Dr. Román Vilchez Inga CONTADOR PÚBLICO COLEGIADO MAT. 410 RUC. 1002666472	 Huella digital

CARTA DE PRESENTACIÓN

Doctor: Inga Román Vilchez

Presente. –

Tema: PROCESO DE VALIDACIÓN A TRAVÉZ DE JUICIO DE EXPERTOS

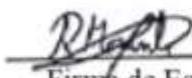
Ante todo, saludarlo cordialmente y agradecerle la comunicación con su persona para hacer de su conocimiento que yo: Christian Alfredo Rodríguez Morante estudiante / egresado del programa académico de la Facultad de Ciencias e Ingeniería de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, debo realizar el proceso de validación de mi instrumento de recolección de información, motivo por el cual acudo a Ud, para su participación en el Juicio de Expertos.

Mi proyecto se titula: "Los costos de ventas y su efecto en la rentabilidad de las pequeñas y medianas empresas del Perú caso: Roberto & Xiomara E.I.R.L. Piura – 2023" y envío a Ud., el expediente de validación que contiene:

- Ficha de Identificación de experto para proceso de validación
- Carta de presentación
- Matriz de operacionalización de variables
- Matriz de consistencia
- Ficha de validación

Agradezco anticipadamente su atención y participación, me despido de usted.

Atentamente,


Firma de Estudiante

DNI: 74608071

FICHA DE VALIDACIÓN*								
TÍTULO: LOS COSTOS DE VENTAS Y SU EFECTO EN LA RENTABILIDAD DE LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS DEL PERÚ CASO: ROBERTO & XIOMARA E.I.R.L. PIURA – 2023								
Variable 1: Costos		Relevancia		Pertinencia		Claridad		Observaciones
Dimensión 1: Costos Directos		Cumple	No cumple	Cumple	No cumple	Cumple	No cumple	
1	¿Pueden los costos de venta afectar la rentabilidad de la empresa?	x		x		x		
2	¿El manejo de los costos directos se realiza de una manera eficiente?	x		x		x		
3	¿Se hace un control sobre las herramientas a vender?	x		x			x	Mejorar la redacción de la pregunta.
4	¿Se llevan a cabo supervisiones regulares para asegurar una gestión adecuada de los costos directos?	x		x		x		
5	¿Se consideran los costos de mantenimiento de los equipos como costos directos en la contabilidad de una empresa?	x		x		x		
Dimensión 2: Costos Indirectos		x		x		x		
1	¿Se consideran los costos de transporte como parte de los costos indirectos?	x		x		x		
2	¿Considera que el valor de la depreciación de los activos impacta en la rentabilidad de la empresa?	x		x		x		
3	¿Los costos indirectos que se tienen se controlan de forma eficiente cuando se hacen las operaciones?	x		x		x		

4	¿Se hace la provisión de seguro contra accidentes como un costo indirecto?	x		x			x	Mejorar la redacción de la pregunta.
5	¿Desde su punto de vista, los costos indirectos tienen que ser administrados de forma constante?	x		x		x		
Variable 2: Rentabilidad								
Dimensión 1: Rentabilidad Económica								
1	¿La empresa ha mejorado su margen de beneficio neto estos últimos meses?	x		x		x		
2	¿La administración que ha tenido la empresa ha sido eficaz para poder generar utilidades?	x		x		x		
3	¿Se cuenta con estrategias para gestionar los riesgos asociados a los cambios de precios de las herramientas u otros factores que tengan efecto en la rentabilidad?	x		x			x	Mejorar la redacción de la pregunta.
4	¿Se hace una medición sobre el ROI de la empresa?	x		x		x		
5	¿Las ventas realizadas por la empresa han sido las esperadas para cumplir con sus objetivos?	x		x		x		
Dimensión 2: Rentabilidad Financiera								
1	¿La productividad de la empresa es efectiva considerando sus costos y gastos?	x		x		x		

2	¿La empresa cumple con el pago de impuestos de manera puntual?	x		x		x	
3	¿Cuáles de los siguientes factores cree que influyen más en la rentabilidad financiera?	x		x		x	
4	¿Cuál es el nivel en que se encuentra la rentabilidad financiera?	x		x		x	
5	¿La empresa ha implementado medidas para reducir costos y así mejorar la eficiencia en las operaciones de extracción y procesamiento?	x		x		x	

RECOMENDACIONES:

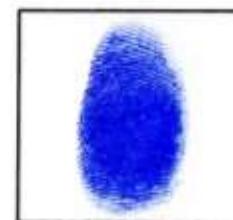
Analizar las preguntas de Rentabilidad, teniendo en cuenta que la rentabilidad económica se refiere a la que generan los activos y la económica a la que generan los patrimonios.

Opinión del experto: Aplicable () Aplicable después de Modificar (x) No Aplicable ()

Nombres y Apellidos de experto: **ROMÁN VILCHEZ INGA**..... DNI: **02666472**



.....
Dr. Román Vilchez Inga
 CENTRO PÚBLICO COLEGIADO
 C.A.T. 410 RUC, 10C2666472



Huella digital

Anexo 04: Formato de consentimiento informado

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS

(Ciencias Sociales)

La finalidad de este protocolo en Ciencias Sociales, es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedarán con una copia.

La presente investigación se titula LOS COSTOS DE VENTAS Y SU EFECTO EN LA RENTABILIDAD DE LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS DEL PERÚ CASO: ROBERTO & XIOMARA E.I.R.L. PIURA – 2023 y es dirigido por Christian Alfredo Rodríguez Morante, investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: Determinar el efecto de los costos de ventas sobre la rentabilidad en las pequeñas y medianas empresas del Perú Caso: Roberto & Xiomara E.I.R.L. Piura – 2023.

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 45 minutos de su tiempo. Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera

alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente. Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través del informe de tesis. Si desea, también podrá escribir al correo cristars_08@hotmail.com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre:

Kewynd Amado Alamo Vignolo

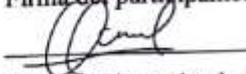
Fecha:

03/04/2024

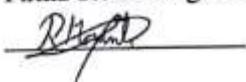
Correo electrónico:

Ventas.royxi@gmail.com

Firma del participante:



Firma del investigador (o encargado de recoger información):





Chimbote, 30 de marzo del 2024

CARTA N° 0000000106- 2024-CGI-VI-ULADECH CATÓLICA

Señor/a:

**KEWYND AMADO ALAMO VIGNOLO
ROBERTO & XIOMARA E.I.R.L.**

Presente.-

A través del presente reciba el cordial saludo a nombre del Vicerrectorado de Investigación de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, asimismo solicito su autorización formal para llevar a cabo una investigación titulada LOS COSTOS DE VENTAS Y SU EFECTO EN LA RENTABILIDAD DE LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS DEL PERÚ CASO: ROBERTO & XIOMARA E.I.R.L. PIURA – 2023, que involucra la recolección de información/datos en LA EMPRESA, a cargo de CHRISTIAN ALFREDO RODRIGUEZ MORANTE, perteneciente a la Escuela Profesional de la Carrera Profesional de CONTABILIDAD, con DNI N° 74608071, durante el período de 01-04-2024 al 15-04-2024.

La investigación se llevará a cabo siguiendo altos estándares éticos y de confidencialidad y todos los datos recopilados serán utilizados únicamente para los fines de la investigación.

Es propicia la oportunidad para reiterarle las muestras de mi especial consideración.

Atentamente.

Dr. Willy Valle Salvatierra
Coordinador de Gestión de Investigación

Anexo 05: Documento de aprobación de institución para la recolección de información

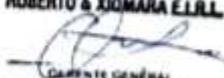
CARTA DE AUTORIZACION

Piura 05 de Abril del 2023

Quien suscribe:

Kewynd Amado Alamo Vignolo con DNI 46745284 en condición de titular gerente de la empresa ROBERTO & XIOMARA E.I.R.L., identificada con RUC N° 20607452611 autorizo formalmente al estudiante Christian Alfredo Rodriguez Morante de la escuela de contabilidad de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, para que realice la recolección de información de su investigación denominada "LOS COSTOS DE VENTAS Y SU EFECTO EN LA RENTABILIDAD DE LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS DEL PERÚ CASO: ROBERTO & XIOMARA E.I.R.L. PIURA - 2023"

Atentamente

ROBERTO & XIOMARA E.I.R.L.

GERENTE GENERAL

VENTAS Y SERVICIOS GENERALES E.I.R.L.

Fichas Bibliográficas

<p>Autor: Rodríguez Gutierrez, Dante</p> <p>Título: Analisis de costos y su impacto en la rentabilidad de la empresa Evolución Dental, Sac., 2020.</p> <p>Año: 2020</p>	<p>Ciudad, País:</p> <p>Lima, Perú</p>
<p>La investigación tuvo como objetivo principal determinar de qué manera los costos impactan en la rentabilidad de la empresa Evolution Dental, S.A.C., 2020. En lo que se refiere a los métodos el estudio se aplicó un diseño no experimental con enfoque cuantitativo, de corte transversal, descriptivo correlacional. La población estuvo conformada por 12 empleados que laboran en la empresa Evolution Dental, S.A.C., y la técnica aplicada fue la encuesta y el análisis de documentos, se utilizó un instrumento donde se incluyeron las 2 variables en estudio, con 21 ítems y el cual fue aplicado previo consentimiento de los encuestados. En cuanto a los resultados de la contrastación de la hipótesis general se halló una correlación positiva fuerte entre las variables del estudio aplicando Rho Spearman y en cuanto al resultado de la encuesta tienen una percepción de que se cometen algunos errores en ciertas actividades ya que la empresa no tiene un sistema de costeo. En conclusión, según los resultados de la encuesta, el análisis de las variables con la correlación de Rho Spearman y la comparación de los estados financieros se pudo determinar que los costos impactan significativamente en la rentabilidad de la empresa.</p>	
<p>Referencia Bibliográfica</p> <p>Rodriguez, D. (2022). Analisis de costos y su impacto en la rentabilidad de la empresa Evolución Dental, Sac., 2020. Lima: Universidad Peruana de Ciencia e Informática. Obtenido de https://repositorio.upci.edu.pe/bitstream/handle/upci/627/TESIS%2030-07-2021%20Dante%20Rodriguez.pdf?sequence=1&isAllowed=y</p>	<p>Ficha</p> <p>Nº1</p>

<p>Autor: Mostacero Díaz, Robert</p> <p>Título: Influencia de los costos de venta en la rentabilidad de la empresa Compañía Agro Industrial de la Sal E.I.R.L., Chiclayo</p> <p>Año: 2020</p>	<p>Ciudad, País: Chiclayo, Perú</p>
<p>La investigación tuvo como principal problema detectado es el desconocimiento del costo del producto que venden y a entender del autor es la causa de los problemas que hoy se observan en dicha empresa, como falta de control de inventario, descontrol en ventas y en cuentas por cobrar, incremento de deudas por pagar, etc. Este trabajo tuvo como objetivos principales el identificar, estudiar, analizar y determinar la influencia que sobre la rentabilidad ejerce los costos de venta de la empresa citada, para de esa manera luego alcanzar algunas sugerencias que disminuyan esos males. Se otorgó un enfoque cuantitativo, con diseño no experimental y con alcance correlacionalexplicativo. Se aplicó las técnicas de encuesta, entrevista y el análisis documental, obteniéndose el resultado que existe una baja rentabilidad como consecuencia de la no aplicación de un sistema de costos, por lo que se ha redactado algunas sugerencias que deben aminorar las consecuencias del mal detectado.</p>	
<p>Referencia Bibliográfica</p> <p>Mostacero, R. (2020). Influencia de los costos de venta en la rentabilidad de la empresa Compañía Agro Industrial de la Sal E.I.R.L., Chiclayo. Chiclayo: Universidad Cesar Vallejo. Obtenido de https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/53307</p>	<p>Ficha Nº2</p>

<p>Autor: Reyes Ruidias, Fernando</p> <p>Título: Costo de ventas y su incidencia en la rentabilidad de la Empresa Contrastes Authentic Fashion SAC Agustino-Lima, periodo 2019-2021</p> <p>Año: 2022</p>	<p>Ciudad, País:</p> <p>Lima, Perú</p>
<p>La investigación tuvo como objetivo: Determinar de qué manera el costo de ventas incide en la rentabilidad de la empresa Contrastes Authentic Fashion S.A.C. Agustino-Lima. La metodología se desarrolló bajo un enfoque cuantitativo de tipo aplicada, diseño no experimental longitudinal, correlacional. El muestreo fue no probabilístico intencional, la muestra fueron los estados financieros: Estado de resultados y Estado de Situación Financiera de la empresa Contrastes Authentic Fashion S.A.C. de los periodos 2019, 2020 y 2021, y la técnica utilizada fue el análisis documental con ratios aplicados a los estados financieros. Los resultados que se obtuvieron respondieron al objetivo general que se puede verificar en la tabla 1 para la incidencia del costo de ventas en la rentabilidad, un nivel bajo de 50.59%, un nivel medio de 22.76% y un nivel alto de 26.65%. Se aplicó la prueba de Rho Spearman mostrando una significancia con un valor de ,002 menor a ,05, de forma que se aceptó la hipótesis alterna, asimismo se obtuvo una correlación de ,523", lo cual muestra una correlación positiva alta. Concluyo que el costo de ventas si incide en la rentabilidad de la empresa Contrastes Authentic Fashion S.A.C. Agustino-Lima, de tal forma que con costos altos la rentabilidad es baja.</p>	
<p>Referencia Bibliográfica</p> <p>Reyes, F. (2022). Costo de ventas y su incidencia en la rentabilidad de la Empresa Contrastes Authentic Fashion SAC Agustino-Lima, periodo 2019-2021. Lima: Universidad Cesar Vallejo. Obtenido de https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/101016</p>	<p>Ficha</p> <p>Nº3</p>

<p>Autor: Aparicio Salazar, Juan</p> <p>Título: Costos de venta y rentabilidad de las empresas comercializadoras de vehículos automotores en el distrito de Wanchaq-Cusco, 2018.</p> <p>Año: 2018</p>	<p>Ciudad, País: Cuzco, Perú</p>
<p>La investigación tuvo como objetivo fundamental es determinar la relación de costo de ventas y la rentabilidad de las empresas comercializadoras de vehículos en el distrito de Wanchaq – Cusco, 2018. La importancia de la investigación reside en la necesidad del buen manejo de costos en las empresas automotrices. En la región de Cusco hay diversas concesionarias que se dedican a la venta de autos y que van en crecimiento en el rubro automotriz, hace algunos años estas concesionarias de diversas marcas en provincia, tenían en sus costos incluidos el flete por el traslado de vehículos de Lima a cualquier Región aparte sus compras de unidades y algunos artículos que se designan para la venta. Sin embargo, ahora sus proveedores les emiten bonos para que los vehículos estén al mismo precio, pero aún existen empresas que corren con una parte del gasto por flete. Es por lo cual que con este proyecto orienta a empresarios para que tomen buenas decisiones sobre los costos, igualmente procesar bien los costos y gastos, de esa forma para poder obtener rentabilidad y a su vez optimizar año a año su competitividad. El tipo de investigación es correlacional, el diseño es no experimental, con una población del número de trabajadores que laboran en las 12 entidades comercializadoras de vehículos en el distrito Wanchaq de la Región Cusco. Empleando el muestreo probabilístico por los trabajadores que se desempeñan en el departamento de contabilidad y administración. Se utilizó la técnica de encuestas y el instrumento de recolección de datos. Los cuestionarios fueron resueltos por las empresas. En esta investigación se obtuvo la conclusión que costo de ventas tiene relación significativa con la rentabilidad de las empresas comercializadores de vehículos automotores.</p>	
<p>Referencia Bibliográfica</p> <p>Aparicio, J. (2018). Costos de venta y rentabilidad de las empresas comercializadoras de vehículos automotores en el distrito de Wanchaq-Cusco, 2018. Lima: Universidad Cesar Vallejo. Obtenido de https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/38642</p>	<p>Ficha Nº4</p>

<p>Autor: Aznaran Zuñiga, Fiorella</p> <p>Título: Gestión de costos y la rentabilidad sobre las ventas de la empresa Grupo G Y CH S.A.C., Callao, en el periodo 2020-2021.</p> <p>Año: 2022</p>	<p>Ciudad, País: Callao, Perú</p>
<p>En la presente investigación se encontraron problemas relacionados a la gestión de costos que vienen realizando y como afecta a su rentabilidad sobre las ventas, por ello, se planteó como objetivo analizar la relación entre la gestión de costos y la rentabilidad sobre las ventas, de la empresa Grupo G Y CH S.A.C., Callao, en el periodo 2020-2021. La investigación es de tipo básica, diseño estudio de casos. La unidad de análisis fue el gerente general y la contadora, a quienes se les aplicó una entrevista, así mismo, los estados financieros a los cuales se aplicó el análisis documental. Como resultado se obtuvo que la gestión de costos se relaciona directamente con la rentabilidad sobre las ventas, debido a que si esta no se realiza como corresponde, las ventas bajarán, los costos y gastos aumentarán y por ende el ROS disminuirá. Concluyendo que implementar una correcta gestión de costos en la empresa es fundamental para desarrollar estrategias que ayuden a mejorar la rentabilidad sobre las ventas de la empresa.</p>	
<p>Referencia Bibliográfica</p> <p>Aznaran, F. (2022). Gestión de costos y la rentabilidad sobre las ventas de la empresa Grupo G Y CH S.A.C., Callao, en el periodo 2020-2021. Chimbote: Universidad Cesar Vallejo. Obtenido de https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/102053</p>	<p>Ficha Nº5</p>

<p>Autor: Calva Palacios, Branco</p> <p>Título: Los costos y su efecto en la rentabilidad de las pequeñas y medianas empresas del Perú caso: Compañía Minera Hilton E.I.R.L. Piura 2023.</p> <p>Año: 2023</p>	<p>Ciudad, País: Piura, Perú</p>
<p>La investigación tuvo como objetivo determinar el efecto de los costos sobre la rentabilidad en las pequeñas y medianas empresas del Perú: Compañía Minera Hilton E.I.R.L. Piura 2023, la metodología empleada consistió en ser un enfoque cualitativo, de nivel descriptivo y de estudio de caso, se aplicó la técnica de revisión de bibliográfica y de la encuesta. Los resultados arrojaron que los costos afectan a la rentabilidad más que todo en las ventas de las empresas ya que los costos que generan en algunos casos han sido muy elevados haciendo que el margen de ganancia se vea reducido. También se encontró que la empresa en estudio considera que se tienen que hacer una gestión constante de los costos indirectos que son clave porque afectan al proceso de producción, aunque no están directamente relacionados ayudan a la eficiente operación de la empresa e impulso de la rentabilidad. Se concluyo según el caso práctico que los costos en la empresa están controlados hasta la fecha y la rentabilidad está en un unto estable, pero si ocurrirá algún suceso que afecte los costos y por ende su rentabilidad.</p>	
<p>Referencia Bibliográfica</p> <p>Calva, B. (2023). Los costos y su efecto en la rentabilidad de las pequeñas y medianas empresas del Perú caso: Compañía Minera Hilton E.I.R.L. Piura 2023. Piura: Universidad Catolica los Angeles de Chimbote. Obtenido de https://repositorio.uladech.edu.pe/handle/20.500.13032/36265</p>	<p>Ficha Nº6</p>

<p>Autor: Sandoval, Luis</p> <p>Título: Propuesta de un sistema de costos por procesos y su implicancia en la rentabilidad de las empresas que conforman Cepicafé Piura periodo 2021.</p> <p>Año: 2022</p>	<p>Ciudad, País:</p> <p>Piura, Perú</p>
<p>La investigación tuvo como objetivo demostrar el impacto que tiene la aplicación de un sistema de costos por procesos en la determinación de los costos de producción de café de las empresas que forman parte de CEPICAFÉ PIURA. Para realizar tal investigación se ha tomado como referencia a la empresa Asociación de Productores Agrarios de Pedregal – APAPE, la presente investigación es de carácter “descriptivo” con un diseño no experimental, utilizando la técnica de observación como método. Se ha planteado como hipótesis, la implementación de costos por procesos en la determinación de los costos de producción de café de las empresas que forman parte de CEPICAFÉ PIURA, dicha hipótesis plantea que la aplicación de ello generará una disminución en los costos de producción no por una reducción de estos, sino por el contrario por una mejor distribución de los mismos. La formulación de la hipótesis responde a ¿De qué manera el sistema de costos por procesos influye en la rentabilidad de las empresas de CEPICAFÉ PIURA periodo 2021? Como principal conclusión de la presente investigación se obtuvo que la aplicación de un sistema de costos por procesos en la determinación de los costos de producción de café de las empresas que forman parte de CEPICAFÉ PIURA, permitirá maximizar la rentabilidad de la empresa pues permite una reducción en sus costos de producción dando como resultado una utilidad mayor.</p>	
<p>Referencia Bibliográfica</p> <p>Sandoval, L. (2022). Propuesta de un sistema de costos por procesos y su implicancia en la rentabilidad de las empresas que conforman Cepicafé Piura periodo 2021. Piura: Universidad Nacional de Piura. Obtenido de https://repositorio.unp.edu.pe/items/f43ab9d2-2cac-4dfb-8aac-aa3cfe19f050</p>	<p>Ficha</p> <p>Nº7</p>

Anexo 06: Evidencia de ejecución

