



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

“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”

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Contador Público

AUTOR:

Aznaran Zuñiga Fiorella Patricia Katherine (ORCID: 0000-0003-3020-9262)

ASESOR:

MBA. Mendoza Torres Carlos Roberto (ORCID: 0000-0002-7684-5195)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Finanzas

CHIMBOTE - PERÚ

2022

Dedicatoria

La presente tesis se la dedico a Dios, por darme la dicha de vivir, por cuidar mi camino y permitirme lograr mis objetivos.

A mi abuela Liduvina, por su paciencia, por acompañarme en cada paso de mi vida, por su amor y su apoyo incondicional.

A mi mamá Lily, por creer en mí, por su confianza, por su valentía para irse lejos a su corta edad y brindarme una mejor calidad de vida.

A mi bisabuela Ela, aunque hoy no está presente, me dio las fuerzas para seguir adelante. Finalmente, y no menos importante, a mis hermanos Matías y Agustín, por ser un pilar importante en mi vida, espero ser un ejemplo para ellos y se sientan orgullosos de mí.

Agradecimiento

A Dios, por darme fuerzas todas las veces que quise darme por vencida, por brindarme salud y protegerme día a día de todo mal y cuidar de mi familia en todo momento.

A mi abuela, por inculcarme valores, por hacerme una mujer fuerte y no dejarme sola. A mi madre, por su esfuerzo realizado desde el día que nací y enseñarme que cuando uno se propone algo en la vida se logra.

A mi asesor Carlos Mendoza Torres, por orientarme, por la confianza otorgada y su paciencia para lograr este objetivo.

De igual manera, un agradecimiento especial a la C.P.C Julissa Janeth Saavedra Vásquez, por brindarme la oportunidad de poder realizar mi investigación en la empresa Grupo G Y CH S.A.C.

Índice de contenidos

Carátula	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenidos	iv
Índice de tablas	v
Índice de figuras	vi
Resumen	vii
Abstract	viii
I.INTRODUCCIÓN	1
II.MARCO TEÓRICO	4
III.METODOLOGÍA	11
3.1.Tipo y diseño de investigación	11
3.2.Categorías, subcategorías y matriz de categorización	11
3.3.Escenario de estudio	11
3.4.Participantes	12
3.5.Técnicas y recolección de datos	12
3.6. Procedimientos	13
3.7. Rigor científico	15
3.8.Método de análisis de datos	15
3.9. Aspectos éticos	15
IV.RESULTADOS Y DISCUSIÓN	16
V.CONCLUSIONES	37
VI. RECOMENDACIONES	38
REFERENCIAS	39
ANEXOS	42

Índice de tablas

Tabla 1	Tabla de especialistas	12
Tabla 2	Ficha técnica del instrumento Guía de entrevista	13
Tabla 3	Datos generales de la empresa Grupo G Y CH S.A.C.	16
Tabla 4	Análisis de la entrevista al Gerente	1
Tabla 5	Análisis de la entrevista a la Contadora	20
Tabla 6	Ventas del periodo 2020-2021.	22
Tabla 7	Costo de ventas del periodo 2020-2021	22
Tabla 8	Análisis de la entrevista al gerente de la empresa Grupo G Y CH S.A.C.	24
Tabla 9	Análisis de la entrevista a la contadora de la empresa Grupo G Y CH S.A.C.	26
Tabla 10	Gastos de administración de la empresa Grupo G Y CH S.A.C	28
Tabla 11	Gasto de ventas de la empresa Grupo G Y CH S.A.C.	29
Tabla 12	Gastos financieros de la empresa Grupo G Y CH S.A.C.	29
Tabla 13	Resumen de los gastos operativos, financieros y la utilidad neta.	30
Tabla 14	Análisis de la entrevista al gerente de la empresa Grupo G Y CH S.A.C.	31
Tabla 15	Análisis de la entrevista a la contadora de la empresa Grupo G Y CH S.A.C.	33
Tabla 16	Análisis vertical y horizontal del Estado de Resultados.	34
Tabla 17	Rentabilidad sobre las ventas del año 2020-2021	36

Índice de figuras

Figura 1 Triangulación de sujetos	14
Figura 2 Organigrama estructural de la empresa Grupo G Y CH S.A.C.	17

Resumen

En la presente investigación titulada “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”, 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.

Palabras claves: Gestión, costos, rentabilidad sobre las ventas.

Abstract

In the present investigation entitled "Cost management and profitability on sales of the company Group G Y CH S.A.C., period 2020-2021", problems related to the management of costs that they have been carrying out and how it affects their profitability on sales were found, therefore, the objective was to analyze the relationship between cost management and profitability on sales, of the company Grupo G Y CH S.A.C., Callao, in the period 2020-2021.

The research is of a basic type, case study design. The unit of analysis was the general manager and the accountant, to whom an interview was applied, as well as the financial statements to which the documentary analysis was applied.

As a result, it was obtained that cost management is directly related to profitability on sales, because if this is not done properly, sales will decrease, costs and expenses will increase and therefore the ROS will decrease. Concluding that implementing correct cost management in the company is essential to develop strategies that help improve the profitability of the company's sales.

Keywords: Management, costs, profitability on sales.

I. INTRODUCCIÓN

Hoy en día vivimos en un mundo donde la tecnología ha avanzado rápidamente, de manera que las empresas necesitan estar constantemente actualizados e informados sobre las mejoras que se puedan realizar en el trabajo, de tal forma que, puedan implementar estrategias que favorezcan al negocio, ya que éstas son de suma importancia a la hora de competir en el mundo laboral, a raíz de que todos vivimos constantemente aprendiendo y adecuando a nuestras vidas mejoras y facilidades para nuestro bienestar.

El éxito de los negocios se basa en los cambios, dado que es lo único que permite mejorar y no estancarse en lo tradicional, para ello, las empresas buscan adaptarse a los cambios que se van conociendo a nivel mundial y que han dado resultado, además de ello, buscan nuevos procedimientos y técnicas que faciliten su desarrollo. La gestión de costos es de suma relevancia si se busca un buen manejo empresarial, porque nos permite controlar los costos que se requiere para brindar un servicio, con la finalidad de reducir los costos sin perder la calidad y finalmente generar la rentabilidad esperada. Por ello, es esencial planificar todo lo que implica dicho servicio y los contratiempos que se puedan suscitar una vez presentados al mercado.

Con tanto crecimiento en la economía, han aparecido muchos negocios iguales o similares en el mercado, lo cual genera nuevas competencias en el rubro de transporte de mercadería de carga pesada. De tal forma, es necesario que las empresas conozcan y desarrollen nuevas técnicas que le permitan a su negocio prosperar y desarrollarse de manera eficaz, implementando nuevos métodos para poder mejorar y satisfacer las necesidades de los clientes, con el fin de fidelizarlos con una atención y servicio óptimo.

A nivel internacional, mencionan que implementar un modelo de costos sensato y correcto es importante para disminuir las malas decisiones que pueden tomar las empresas, esto se debe a que realizar una excelente gestión de costos permitirá a los gerentes conocer sus puntos fuertes y débiles, permitiéndole planificar para no tener proyecciones equívocas y controlar sus costos para no tener pérdidas.

Lo mencionado anteriormente se debe realizar teniendo en cuenta que, si se utiliza adecuadamente esta técnica, el gerente podrá conocer el error que está generando mayores costos, con la finalidad de realizar acciones inmediatas para corregirlas.

Además, una deficiente gestión de costos tendrá como resultado menos competitividad y, al mismo tiempo, un fracaso empresarial. (Talamoni, 2019)

A nivel nacional, las pymes representan un mayor porcentaje en el crecimiento económico debido a que generan más empleo a la población. El gobierno brinda apoyo a las empresas que desean recibir asesorías sobre su negocio para generar rentabilidad. Según estudios, han indicado que la mayoría de estas empresas desaparecen en cuatro años debido a su fracaso, esto se debe a que no han implementado un sistema que les permita gestionar correctamente sus costos y en muchas ocasiones la persona encargada de este puesto no es un personal capacitado sobre este tema. Por esa razón, es relevante que las empresas contraten a una persona capacitada que gestione correctamente y realice un control para que el negocio sea rentable. (Paucar Figueroa, 2021)

A nivel local, la gestión de costos influye en la rentabilidad, porque esta le permite conocer la ganancia obtenida por cada servicio, teniendo en cuenta las indicaciones del cliente y otorgando el precio adecuado, de tal manera que aplicando un control apropiado de sus costos permita generar la rentabilidad que toda empresa espera para su bienestar. (Mera Requejo, 2022)

Uno de los principales problemas que se detectó en la empresa Grupo G Y CH S.A.C. es la deficiencia en la gestión de sus costos que vienen realizando, debido a que no cuentan con una información real sobre los costos incurridos en el servicio, en otras palabras, esta empresa no cuenta con un plan para optimizar sus recursos y disminuir sus costos, con el propósito de aumentar la rentabilidad que se necesita para poder lograr los objetivos esperados.

De la misma forma, al no contar con una gestión de costos idónea y llevar un control detallado de los recursos que se necesitan para operar, se pudo observar una pérdida relacionada a los costos indirectos, específicamente en el combustible, debido a que este no se viene utilizando de manera adecuada por los choferes contratados para realizar el servicio determinado, lo cual a su vez genera una pérdida y una alta rotación de personal en el centro de labor.

En ese sentido, se plantea la siguiente interrogante como problema general: ¿Qué relación tiene la gestión de costos y la rentabilidad sobre las ventas en la empresa Grupo G Y CH S.A.C., Callao, en el periodo 2020-2021?, además se determina los problemas específicos: ¿Qué relación tiene la cadena de valor con la rentabilidad sobre las ventas de la empresa Grupo G Y CH S.A.C, Callao, en el periodo 2020-2021?, ¿Qué relación tiene los gastos operativos y financieros con la rentabilidad sobre las ventas de la empresa Grupo G Y CH S.A.C, Callao, en el periodo 2020-2021?, ¿En qué nivel de rentabilidad sobre las ventas se encuentra la empresa grupo G Y CH S.A.C., Callao, en el periodo 2020-2021?

El objetivo general de esta investigación es: 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, y los objetivos específicos son: Identificar la relación entre la cadena de valor de servicios con la rentabilidad sobre las ventas de la empresa Grupo G Y CH S.A.C., Callao, en el periodo 2020-2021, analizar la relación entre los gastos operativos y financieros con la rentabilidad sobre las ventas de la empresa Grupo G Y CH S.A.C., Callao, en el periodo 2020-2021, y por último, diagnosticar la rentabilidad sobre las ventas de la empresa Grupo G Y CH S.A.C., Callao, en el periodo 2020-2021.

De la misma forma, esta investigación tiene sus respectivas justificaciones: teórica porque se basa en fundamentos teóricos, metódica porque se utilizan dos técnicas fundamentales para su elaboración y práctica porque al ser veraz toda la información de este trabajo puede ser utilizado en otros trabajos relacionados a la gestión de costos y rentabilidad sobre las ventas.

II. MARCO TEÓRICO

Para realizar la presente investigación, se ha considerado estudios relacionados a nuestras variables, y por ello, se tuvo en cuenta los siguientes antecedentes:

A nivel internacional, Minchala y Ordoñez (2021), en su tesis planteó como objetivo: Determinar las técnicas de gestión más adecuadas para la empresa. Investigación mixta, se aplicó la entrevista y análisis documental, teniendo como conclusión que la empresa no cuenta con un sistema de costos, además de ello, no posee los documentos necesarios para conocer los costos que aplican, por esa razón no diferencian el costo exacto que se requiere para sus producciones.

Salazar (2015), en su tesis decidió observar la relación que existe entre los costos y la rentabilidad. Investigación descriptiva, se aplicó una entrevista a 25 trabajadores, teniendo como resultado que la empresa no conoce correctamente los costos que utilizan para el desarrollo de sus actividades, ya que no aplica ningún formato que indique cuales son los costos utilizados para la producción de un bien, lo cual ha afectado a la rentabilidad de la empresa, esto se debe a que, al tener un costo de producción alto, la utilidad neta será menor.

Peralta (2022), en su tesis planteó como objetivo: Establecer una estructura adecuada de los costos para la empresa Redolfi S.R.L. Investigación aplicada, se aplicó una entrevista a los empleados, teniendo como conclusión que la cadena de valor es importante porque colabora a una correcta gestión de costos, resaltando las actividades que generan valor y determinando los costos deducidos por cada proceso con la finalidad de comparar si los resultados son convenientes para el desarrollo empresarial.

A nivel nacional, Casanova (2020), en su tesis planteó como objetivo: Establecer en qué medida y la forma en que la gestión de costos influye en la eficiencia de las ventas de servicio de la empresa Chuck. Investigación aplicada y descriptiva, se aplicó una encuesta y entrevista a los trabajadores, teniendo como resultado que la gestión de costos incide en que las ventas sean eficientes, debido a que el margen que generan las ventas son afectadas directamente por los costos utilizados, ya que estos no se controlan eficientemente, desconociendo si son verdaderos y necesarios para el desarrollo.

Aquino (2018), en su investigación planteó como objetivo: Establecer la relación de la gestión de costos y los precios de venta. Investigación descriptiva, no experimental, se aplicó como técnica la encuesta con la finalidad de recaudar los datos, teniendo como resultado que la gestión de costos guarda una relación directa con los precios de venta, debido a que no realizan un correcto control de sus costos, ya que no aplican una gestión donde se busque minimizar y utilizar los costos adecuados.

López (2019), en su tesis planteó como objetivo: Determinar la relación causal entre el costo de servicio y la rentabilidad sobre ventas. Investigación descriptiva-longitudinal, se aplicó como técnica el análisis documental teniendo como resultado que el costo de servicio se relaciona significativamente con la rentabilidad sobre ventas, debido a que si los costos son utilizados correctamente seguirán brindando una buena utilidad, por lo contrario, la utilidad disminuirá perjudicando así a la empresa.

A nivel local, Lozano (2018) , en su tesis propuso determinar la relación entre el costo de Servicio y la rentabilidad. Investigación aplicada, correlacional, no experimental de corte transversal, con una población de 52 empresas en la cual se aplicó un cuestionario, concluyendo que los costos de servicio si guardan relación con la rentabilidad, por ende, los resultados alcanzados en la investigación serán significativos para las compañías, ya que les brindará información importante sobre cómo llevar un control de costos adecuado que permita identificar sus costos y gastos, con el fin de establecer un costo real que implica cada servicio.

Continuando con el tema, se definieron los conceptos que guardan relación con nuestras variables de estudio:

Desde el punto de vista de, Chambergo (2009) , la gestión de costos es un instrumento que brinda información trascendental porque aporta nuevas ideas para solucionar y responder las incertidumbres que genera la contabilidad financiera. Por ello, las empresas son libres de emplear el sistema de contabilidad que se adapte a sus necesidades, teniendo en cuenta los problemas que se necesitan solucionar para lograr los objetivos esperados.

Por otro lado, Casanova et al. (2021) expone que las empresas hoy en día viven constantemente compitiendo para lograr establecerse y subsistir en el mercado, para ello, es fundamental que se efectúe una buena gestión de costos que aporte nuevas estrategias que permitan reducir los costos en búsqueda de complacer las necesidades de los demás sin perder la calidad que se otorga a los clientes. (p.333)

De acuerdo a lo expuesto anteriormente por los autores, la gestión de costos es una herramienta relevante porque nos permite conocer los costos precisos que se necesitan y detectar los errores para posteriormente aplicar estrategias que colaboren a la toma de decisiones. De la misma forma, Llallacachi et al. (2020), manifiesta que el término “gestión de costos” es más profundo que determinar el costo, esto se debe a que gestionar los costos se basa en tomar medidas que permitan lograr la meta trazada por el empresa sobre las actividades organizacionales, teniendo en cuenta las estrategias y herramientas a utilizar. (p.19)

Quintero y Sánchez (2006) , plantean que la cadena de valor de una empresa reconoce las actividades que realmente son importantes, a causa de que generan un valor adicional a los servicios ofrecidos. Además de ello, nos brinda la facilidad de identificar los costos que se producen mediante las diferentes actividades realizadas, por lo tanto, podemos decir que es un elemento fundamental para establecer la estructura de costos de un negocio. (p.38).De forma similar, Porter (1985) sostiene que la cadena de valor es una referencia teóricas que facilita establecer tiempos y costos a las actividades principales de un negocio. Su objetivo es atribuir a cada una de las actividades el más grande valor posible.

Eiglier y Langeard (1987) , desarrolla otra teoría relacionada a la cadena de valor de Porter, en el cual nos menciona que para una empresa de servicios, la cadena de valor se tiene adaptar de la siguiente manera. (p.90)

Eslabones primarios: Son los encargados de ofrecer un servicio de calidad.

Marketing y ventas: Está relacionado a las actividades que impulsan al negocio, como es las promociones, publicidad, etc.

Personal de contacto: Son aquellos que participan directamente en la prestación del servicio, debido a que son los que interactúan con el cliente satisfaciendo sus necesidades.

Soporte físico y habilidades: El soporte físico son componentes que forman parte de la prestación del servicio y además determina la calidad del servicio que se brinda a los clientes. Por otro lado, las habilidades del negocio son importantes para generar mayores ventas.

Prestación: La prestación de un servicio responde a la ejecución del servicio, teniendo en cuenta los cambios y necesidades que los clientes puedan sugerir, con la finalidad de ofrecer un servicio superior y que se diferencie de la competencia.

Eslabones primarios no controlables: Son aquellos que no pueden ser controlados por la empresa. Dentro de ellos se encuentran:

Clientes: Los clientes son fundamentales para el desarrollo de un negocio, ya que son los que definen la calidad de servicio que le estamos ofreciendo. Sin embargo, no sabemos cómo serán sus actitudes al elegirnos otra vez, por ello, tienen la facultad de contribuir o no en el negocio.

Otros clientes: Son aquellos que pueden convivir en el mismo momento y lugar con los clientes que realizaron la prestación de servicios.

Eslabones de apoyo: Son aquellos que contribuyen a montar el escenario donde se llevará a cabo el negocio, teniendo en cuenta todos los detalles que se deben mejorar para brindar a los clientes un establecimiento que tenga las condiciones óptimas para brindar el servicio. (p.92)

Dirección General y de recursos humanos: Son aquellos que desarrollan las estrategias y las comparten con el resto de la organización, con la intención de establecer una cultura de servicio eficaz y comprometido.

Organización interna y tecnología: Comprende los departamentos de la organización y el orden de las funciones que llevará cada uno, con la finalidad de facilitar la prestación de servicio y los procesos que se realizan para llevar a cabo el trabajo.

Infraestructura y ambiente: Es el espacio físico donde se realiza la prestación del servicio.

Abastecimiento: Su función es la compra de materiales, insumos, soportes físicos, servicio de capacitación, publicidad, seguros, y todo aquello que sea fundamental para brindar el servicio.

Margen de servicio: Es el resultado de la interacción con los clientes, Es decir, es lo que el cliente percibe de nuestro negocio.

García (2017) , explica que los gastos operativos son todos aquellos que no están relacionados con la producción o servicio, sin embargo son necesarios para que la empresa pueda desarrollar sus actividades. Dentro ello, encontramos los gastos administrativos y gastos de venta.

León (2018), menciona que los gastos administrativos son aquellos que tienen un vínculo con las operaciones relacionadas con el área administrativa y que son necesarias para el desarrollo de la organización, como el sueldo, las compras de útiles para la oficina,etc.

Los gastos de ventas son aquellos que relacionan directamente con el área de ventas o con los servicios ofrecidos por las empresas, esto quiere decir que, los gastos de ventas tienen un vínculo directo con las actividades relacionadas a las ventas de la empresa ya que se generan al momento de la transacción comercial.

Llamas (2020), considera que los gastos de ventas son producidos al momento de realizar un servicio o venta de un producto, si éste no existiera no se incurre en dichos gastos.

García (2016), resalta que los gastos financieros beneficia al financiamiento ajeno, por ello, lo define como los gastos que realizan las empresas como resultado de la obtención de recursos financieros prestados por terceros ya sea por créditos, préstamos o comisiones bancarias.

Para Sevilla (2017), los gastos financieros son el resultado de un financiamiento de una entidad que impacta en las empresas como a los individuos que hacen uso de ella. Esto se debe a que la entidad encargada de brindar el préstamo cobra un porcentaje que es añadido al capital.

Según Juárez (2011) , menciona que el ROS “es el margen de utilidad que se obtiene de las ventas”. Toda empresa debe tener en cuenta la utilidad que generan sus ventas para cerciorar si estas son positivas o negativas. (p.36)

Santa Cruz (2019) , nos dice que la rentabilidad sobre ventas es la proporción entre el beneficio y el volumen de un negocio. Es decir, es un porcentaje de las ventas que se pudo obtener como beneficio. Una característica importante de la rentabilidad sobre ventas es lo próximo o lejano que nos encontramos de que nuestro dinero se pierda, esto se debe a que si la rentabilidad de la empresa bajara nos indicaría que nos encontramos próximos a perder dinero.

Teniendo en cuenta ambos conceptos podemos definir la rentabilidad sobre ventas como un índice de rentabilidad de ingresos que precisa la capacidad que posee una empresa para obtener ganancias de las ventas. Del mismo modo, INEI (2010) nos precisa que el ROS calcula el rendimiento alcanzado por las ventas que corresponden a un tiempo determinado, al obtener un resultado se podrá medir el nivel productivo en el que se encuentra la empresa, para ello es necesario aplicar la fórmula y realizar una comparación con un año anterior.

Según Gitman y Zutter (2012) , la rentabilidad sobre las ventas mide la proporción resultante de las ganancias luego de disminuir todos los gastos y los costos que se necesitan para poder realizar un servicio.

A criterio de (Portal Rueda, 2012) , “los costos logísticos son la suma de los costos ocultos relacionados a la distribución y almacenamiento de materiales o productos desde el proveedor hasta el cliente final”. (p.04)

La logística de distribución es la responsable de lograr que los productos lleguen a tiempo a los clientes, bajo perfectas condiciones, las cuales fueron determinadas desde un inicio. Es relevante que las empresas evalúen su obligación respecto al transporte y su uso correcto, ya que al tener en cuenta esto, se puede reducir los costos incurridos sin perder la calidad del servicio.

Hace un par de años, la logística no tenía relación con el marketing ni con las operaciones vinculadas al servicio al cliente, en la actualidad se comprende que los servicios que proporcionan las empresas no solo deben brindar calidad si no también deben disponer de una atención inmediata respecto a la demanda de entregas en el momento oportuno, según las indicaciones del cliente, considerando el tiempo, zona y cantidad.

Según Gayle (1999) , los costos de marketing son aquellos que se derivan de la prestación del servicio, dentro de ellos podemos encontrar a los costos de promoción de ventas, publicidad y el presupuesto.(p.20)

Para Jacques (1995),no se trata solo de vender el producto al cliente o llevarlo al mismo, si no que esto va más allá, es decir, se debe estudiar y analizar las necesidades del comprador, brindar una solución y satisfacer sus necesidades, esto ayudará a que la empresa pueda permanecer en el mercado.

Feijoo et al.(2018) , mencionan que la publicidad es un conjunto de actividades y procedimientos en el cual la organización paga un dinero, con el objetivo de

anunciar, mediante mensajes apropiados, al público en general sobre los productos o servicios que ofrece.

Para Álvarez et al. (2015) ,el presupuesto es una acción relevante que se debe considerar, generalmente, no se tiene conocimiento del recurso monetario que se dispone, en relación a las deducciones alcanzadas en el plan de marketing, por ende, se debe considerar en que se utilizará el dinero sobrante que se pueda obtener.(p.35)

Según Lawrence y Chad (2012) los costos financieros son aquellos fondos que son empleados por la organización para financiar los recursos utilizados en el desarrollo productivo.

Para el equipo editorial Etecé (2021) ,cuando se consigue un financiamiento, generalmente comprende el capital y un importe extra, siendo éste el resultado de atribuir un porcentaje al capital en el tiempo de conceder el préstamo. A ese monto se le llama tasa de interés y para hallarlo se debe emplear formulas. (p.41)

Según Coll (2020) la carga financiera como la suma de los diversos gastos financieros y la amortización del capital, relacionada a los préstamos formales. Es decir, es un porcentaje de nuestros ingresos que se emplea para pagar las deudas de cada mes.

López (2018), describe a la inversión como una actividad en la cual se emplea recursos con la finalidad de conseguir un beneficio por ello. Siempre que uno decide invertir en algo tiene que tener en cuenta los riesgos que pueden presentarse en el camino.

Para (Garrido Martos, s.f.) , si una empresa decide invertir debe tener en cuenta los riesgos que pueden incurrir, esto se debe a que los números son importantes y los resultados tienen relación con la hipótesis que se planteó para ejecutar dicho negocio. En pocas palabras, nos menciona que la inversión no es mala, siempre y cuando exista un estudio fundamentando la rentabilidad que se obtendrá.

III. METODOLOGÍA

3.1 Tipo y diseño de investigación

Se aplicó una investigación básica, ya que como bien nos explican Escudero y Cortez (2018) , este tipo de investigación se basa principalmente en fundamentos teóricos, dejando a un lado los fines prácticos.

Diseño:

Se determinó aplicar el diseño estudio de casos, pues según Jiménez y Cornet (2016) ,este tipo de diseño busca estudiar temas específicos que poseen cualidades definidas y que son tratadas a profundidad para conocer más sobre el entorno donde se realiza la investigación.

3.2. Categorías, subcategorías y matriz de categorización

3.2.1. Gestión de costos

Subcategorías:

Cadena de valor

Gastos operativos y financieros

3.2.2. Rentabilidad sobre las ventas

Tiene como subcategorías:

Costo logístico

Costo de marketing

Costo financiero

3.3. Escenario de estudio

El escenario de estudio de la presente investigación es la empresa de transportes de carga pesada Grupo G Y CH S.A.C., se encuentra ubicada en Mza. K Lote 5 Dpto.201 Urb. 200 Millas Prov. Const. Del Callao

Tiene como misión: Operar de forma eficiente con sus modernos vehículos y así contribuir a la celeridad de la mercancía, del mismo modo, aseguramos la calidad con las políticas establecidas, con el propósito de mejorar el desarrollo de nuestras actividades y así lograr la excelencia.

A su vez, tiene como visión: Afianzarnos como una empresa líder en el medio de transporte de carga por carretera, orientada al éxito, basada en el compromiso de nuestro equipo para brindar una atención de calidad a los clientes.

3.4. Participantes

Para la presente investigación se tendrá en cuenta 3 unidades de análisis

Unidad de análisis 1: Entrevista al gerente de la empresa Grupo G Y CH S.A.C.

Unidad de análisis 2: Entrevista a la contadora de la empresa Grupo G Y CH S.A.C.

Unidad de análisis 3: Análisis documental de los estados financieros de la empresa Grupo G Y CH S.A.C.

3.5. Técnicas y recolección de datos

Se tuvo en cuenta dos técnicas para la recolección de datos:

Lázaro (2021) , nos dice que la entrevista es un procedimiento en el cual dos personas dialogan sobre un tema específico, su fin es obtener datos concretos y la información que requiera el entrevistador sobre el entrevistado. (p.65). Se aplicó al Gerente general y a la contadora de la empresa.

Ortega et al. (2015), menciona que el análisis documental es un proceso que busca describir y representar un documento de manera distinta, con el objetivo de poder recuperar la información importante para una investigación. (p.43).

Validación: La validación del instrumento, siendo éste la guía de entrevista, se llevó a cabo por tres expertos en el tema con el fin de validar las preguntas realizadas.

Tabla 1

Tabla de especialistas

INSTRUMENTO	VALIDADORES
Guía de entrevista	Dr. Frias Guevara Roberth
	Dra. Saenz Arenas Esther
	Mg. Medina Guevara Maria Elena

Fuente: Elaboración propia

Ficha técnica

Según Martin (2012) , la ficha técnica es un documento en el cual se describe los procesos y se detalla la metodología de la entrevista con el objetivo de que se realice una investigación ordenada y rápida.

Tabla 2

Ficha técnica del instrumento Guía de entrevista

FICHA TÉCNICA	
Categoría	Gestión de costos-Rentabilidad sobre las ventas
Técnica	Entrevista
Instrumento	Guía de entrevista
Fuentes	Gerente - Contadora.
Autor	Aznarán Zuñiga Fiorella Patricia Katherine
Año	2022
Extensión	15 ítems.
Correspondencia	Los ítems del instrumento son 15 los cuales corresponden a las sub categorías: cadena de valor de servicios, gastos operativos y financieros, costos logísticos, costos de marketing, costos financieros.
Duración	15-20 minutos por persona.
Aplicación	Gerente y contadora de la empresa Grupo G Y CH S.A.C.
Administración	Solo una vez.

Fuente: Elaboración propia.

3.6. Procedimientos

En primer lugar, se identificó las variables, posterior a ello, se investigó mediante libros y artículos científicos sobre la variable independiente y dependiente.

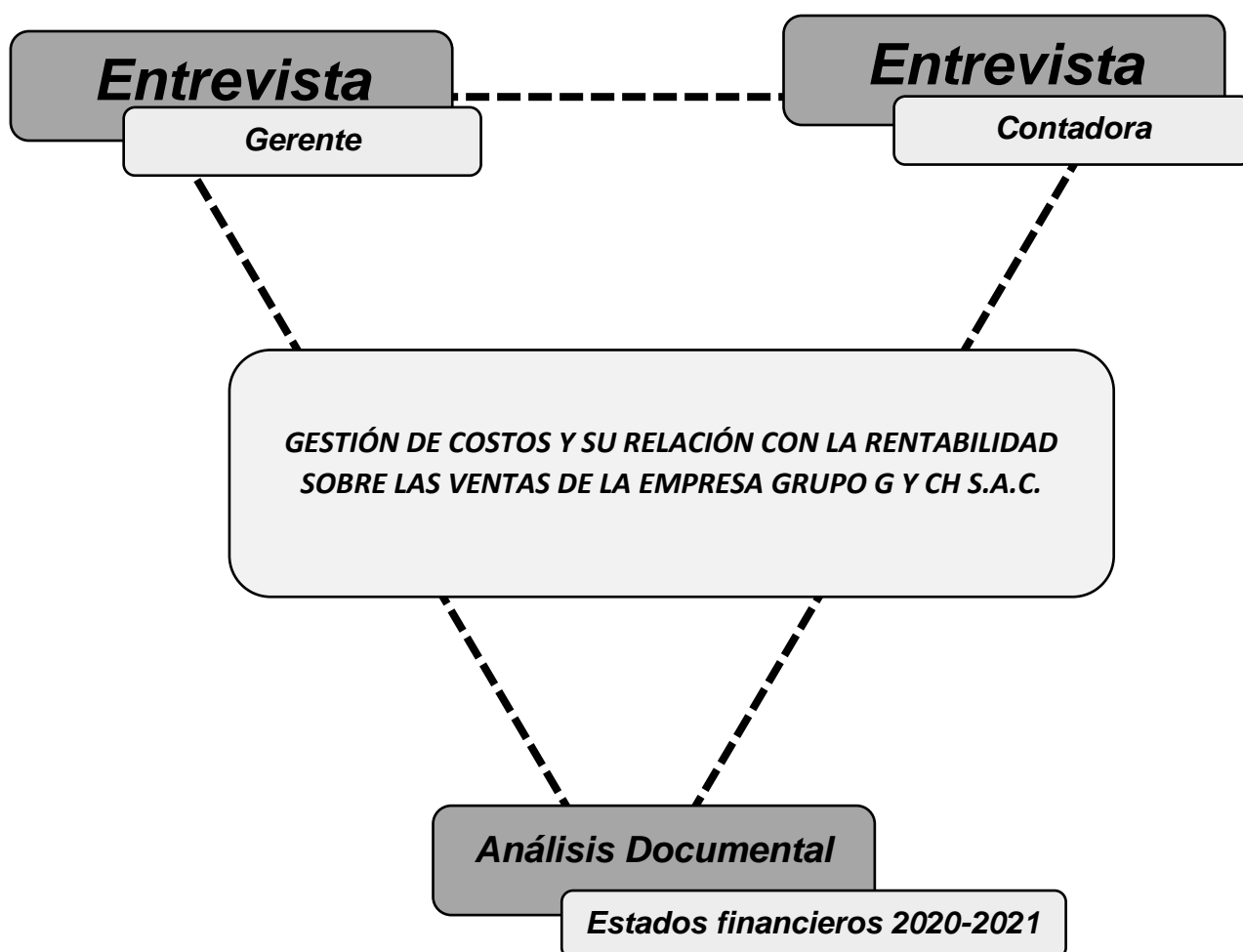
Además, se planteó el problema principal y específicos de nuestro tema de estudio, así mismo, se establecieron los objetivos y la hipótesis.

Teniendo en cuenta lo mencionado anteriormente, se procedió a determinar el tipo y diseño de investigación, como también la matriz de categorización, el escenario de estudio y los participantes.

Se aplicó la entrevista como instrumento para la recolección de datos, la cual se realizará al gerente y contadora y posterior a ello, se analizó los estados financieros del año 2020 y 2021.

Triangulación de sujetos

Figura 1



3.7. Rigor científico

El rigor científico de la investigación se basó en el desarrollo de las teorías relacionadas a la gestión de costos y la rentabilidad sobre las ventas de los autores.

Para ello, se realizó una validación rigurosa conformada por docentes expertos en el tema metodológico, con la finalidad de generar dependencia, credibilidad, confirmabilidad y transferibilidad al desarrollo de esta investigación.

3.8. Método de análisis de datos

Se analizó las respuestas del gerente y contadora para determinar la información exacta sobre el estado de la empresa al inicio de la investigación. Seguidamente, se realizó un análisis vertical y horizontal de los estados de resultados para finalmente comparar el ROS obtenido en los años 2020 y 2021.

3.9. Aspectos éticos

Para realizar la presente investigación se respetó los lineamientos brindados por la universidad Cesar Vallejo. Se utilizó adecuadamente las Normas APA séptima edición, considerando el correcto uso de citas de autores para evitar el plagio. Posteriormente, se llevará a cabo las validaciones correspondientes de juicios de expertos para verificar si la información es fiable. La información recopilada para realizar esta investigación es original, relevante y verídica.

IV.RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Reseña histórica

La empresa de transporte de carga pesada Grupo G Y CH S.A.C., fue constituida en el año 2016 ,iniciando sus actividades el 12 de Noviembre del año 2016.Está representada por el Gerente general Marco John Gonzales Rondan, con el número de registro único del contribuyente 20601572231.Su actividad principal es el transporte de mercadería de carga pesada a nivel nacional y está enfocada en brindar un servicio de calidad a sus clientes en el transporte de carga por carretera, cuidando cada detalle específico, con la finalidad de trasladar la carga en perfectas condiciones a su destino y en el horario pactado.

4.1.1. Ficha técnica

Tabla 3

Datos generales de la empresa Grupo G Y CH S.A.C.

DATOS GENERALES		
Nombre o razón social	:	Grupo G Y CH S.A.C
Registro Único del Contribuyente (RUC)	:	20601572231
Estado del contribuyente	:	Activo
Fecha de inicio de actividades	:	12/10/2016
Condición del domicilio fiscal	:	Habido
Sistema de contabilidad	:	Manual
Domicilio fiscal	:	Mza. K Lote 5 Dpto.201 Urb. 200 Millas Prov. Const. Del Callao-Lima

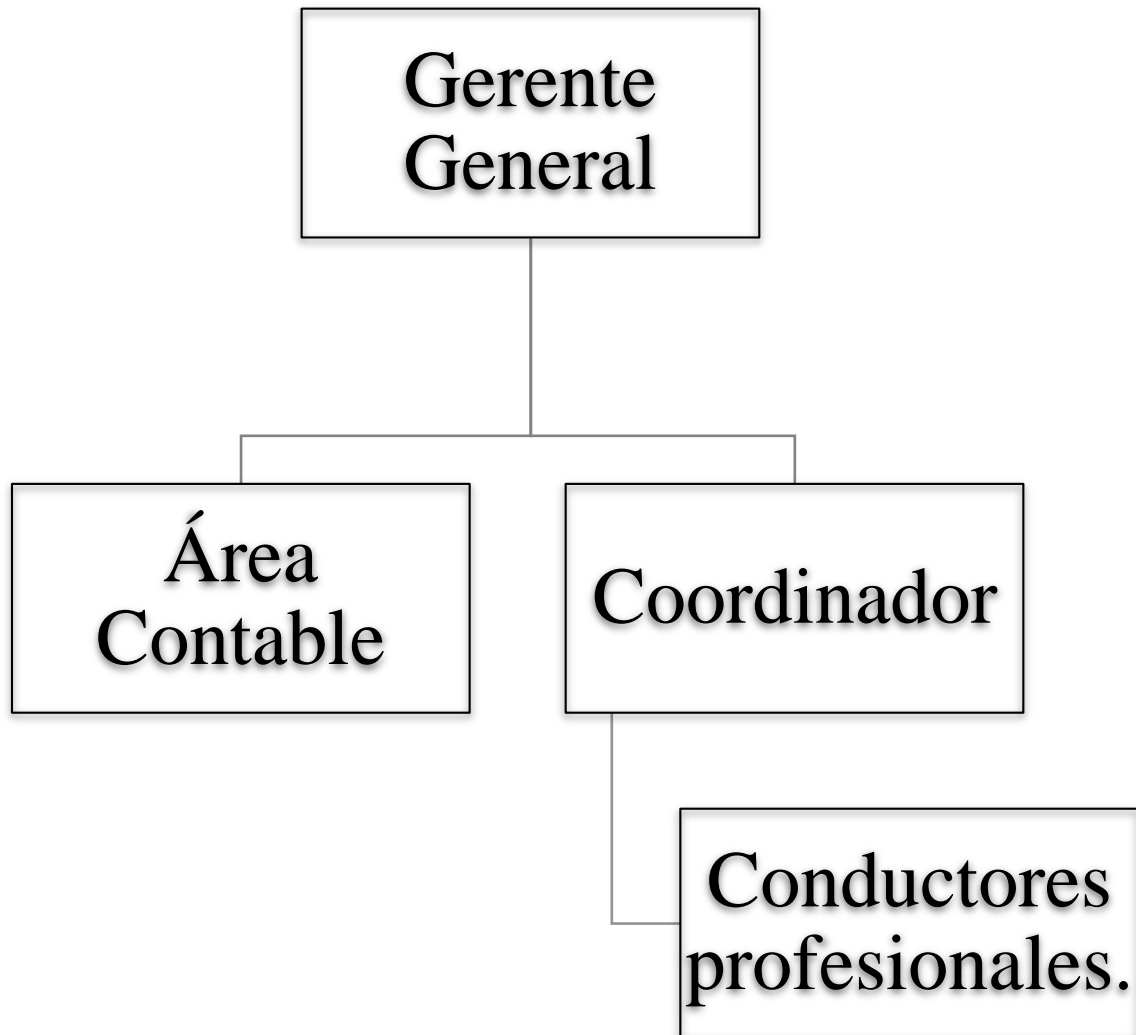
Fuente: Información brindada por el gerente de la empresa Grupo G Y CH S.A.C.

Elaboración propia.

4.1.2. Organigrama

Figura 2

Organigrama estructural de la empresa Grupo G Y CH S.A.C



Fuente: Grupo G Y CH S.A.C.

Respecto al objetivo general: 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.

Para responder este objetivo se realizó una entrevista al Gerente general y a la contadora, teniendo los siguientes resultados:

Tabla 4

Análisis de la entrevista al Gerente

ÍTEMS	RESPUESTA	HALLAZGO	CAUSA
¿Cree usted que se pueda mejorar la rentabilidad sobre las ventas adecuando una correcta gestión de costos?	Claro, además es necesario tener una buena gestión de costos para que toda empresa marche bien, así sea que la rentabilidad sea buena.	No han desarrollado una correcta gestión de costos.	Chambergó (2009) , la gestión de costos es un instrumento que brinda información trascendental, referente al manejo interno de la empresa, de tal forma que se apliquen estrategias que contribuyan a la toma de decisiones.
¿Tienen en cuenta los costos en que se incurre para aplicar un precio final?	Sí.	No poseen ningún documento donde se verifique los costos reales para los servicios.	(Portal Rueda, 2012) , “los costos logísticos son la suma de los costos ocultos relacionados a la distribución y almacenamiento de materiales o productos desde el proveedor hasta el cliente final”.
¿Alguna vez han incurrido en un costo de marketing?	No.	En ocasiones manifestó la importancia del marketing en la empresa.	Gayle (1999) , los costos de marketing son aquellos que se derivan de la prestación del servicio, dentro de ellos podemos encontrar a los costos de promoción de ventas, publicidad y el presupuesto.
¿Está de acuerdo que la empresa debe fijar	Sí.	Nunca han fijado un presupuesto mensual para	Para Álvarez et al. (2015) ,el presupuesto es una acción relevante que se debe considerar,

un presupuesto mensual para implementar estrategias de marketing?	implementar el marketing.	generalmente, no se tiene conocimiento del recurso monetario que se dispone, en relación a las deducciones alcanzadas en el plan de marketing, por ende, se debe considerar en que se utilizará el dinero sobrante que se pueda obtener.
¿Las inversiones realizadas por la empresa han influido en la rentabilidad sobre las ventas?	Sí. No realizaron una buena inversión debido a que no establecieron antes de invertir cuales son los riesgos que se pueden suscitar.	(Garrido Martos, s.f.) , si una empresa decide invertir debe tener en cuenta los riesgos que pueden incurrir, esto se debe a que los números son importantes y los resultados tienen relación con la hipótesis que se planteó para ejecutar dicho negocio.

Fuente: Respuestas del Gerente de la empresa Grupo G Y CH S.A.C.

Elaboración propia.

En la tabla N°04 se describió las respuestas del gerente, el cual indicó que aplicar una correcta gestión de costos es importante para ellos, ya que ayuda a controlar y reducir todos los costos en los que se incurre para llevar a cabo el negocio, sin embargo, la empresa Grupo G Y CH S.A.C. no ha considerado esto como parte fundamental para poder aumentar la rentabilidad sobre las ventas, ya que no ha tomado en cuenta los costos reales que se necesita para operar eficientemente.

Tabla 5*Análisis de la entrevista a la Contadora*

ÍTEMS	RESPUESTA	HALLAZGO	CAUSA
¿Cree usted que se pueda mejorar la rentabilidad sobre las ventas adecuando una correcta gestión de costos?	Sí.	No han desarrollado una correcta gestión de costos.	Chambergo (2009) , la gestión de costos es un instrumento que brinda información trascendental, valiosa, monetaria o no monetaria, segmentada o global, referente al manejo interno de la empresa, de tal forma que se apliquen estrategias que contribuyan a la toma de decisiones
¿Tienen en cuenta los costos en que se incurre para aplicar un precio final?	Sí.	La contadora desconoce este tema.	(Portal Rueda, 2012) , “los costos logísticos son la suma de los costos ocultos relacionados a la distribución y almacenamiento de materiales o productos desde el proveedor hasta el cliente final”.
¿Alguna vez han incurrido en un costo de marketing?	No, nunca se ha incurrido en ese costo.	En ocasiones manifestó la importancia del marketing en la empresa.	Gayle (1999) , los costos de marketing son aquellos que se derivan de la prestación del servicio, dentro de ellos podemos encontrar a los costos de promoción de ventas, publicidad y el presupuesto.
¿Está de acuerdo que la empresa debe fijar un presupuesto mensual para implementar estrategias de marketing?	Sí, es lo más lógico si lo que se busca en generar más ventas.	Nunca han fijado un presupuesto mensual para implementar el marketing.	Para Álvarez et al. (2015) ,el presupuesto es una acción relevante que se debe considerar, generalmente, no se tiene conocimiento del recurso monetario que se dispone, en relación a las deducciones alcanzadas en el plan de marketing, por ende, se debe considerar en que se utilizará el dinero sobrante que se pueda obtener.

¿Las inversiones realizadas por la empresa han influido en la rentabilidad sobre las ventas?	Sí. No realizaron una buena inversión debido a que no establecieron antes de invertir cuales son los riesgos que se pueden suscitar.	(Garrido Martos, s.f.) , si una empresa decide invertir debe tener en cuenta los riesgos que pueden incurrir, esto se debe a que los números son importantes y los resultados tienen relación con la hipótesis que se planteó para ejecutar dicho negocio.
--	---	--

Fuente: Respuestas de la contadora de la empresa Grupo G Y CH S.A.C.

Elaboración propia.

Casanova (2020), estableció en qué medida y la forma en que la gestión de costos influye en la eficiencia de las ventas de servicio de la empresa Chuck, teniendo como resultado que la gestión de costos incide en que las ventas sean eficientes, debido a que el margen que generan las ventas son afectadas directamente por los costos utilizados, ya que estos no se controlan eficientemente, desconociendo si son verdaderos y necesarios para el desarrollo.

Aquino (2018), estableció la relación de la gestión de costos y los precios de venta, teniendo como resultado que la gestión de costos se relaciona directamente con los precios de venta, debido a que existen deficiencias en el control de sus costos, ya que no aplican una gestión donde se busque minimizar y utilizar los costos adecuados.

Minchala y Ordoñez (2021), determinó que se debe aplicar las técnicas de gestión más adecuadas para la empresa. , teniendo como conclusión que la empresa no contaba con un sistema de costos, además de ello, no posee los documentos necesarios para conocer los costos que aplican, por esa razón no diferencian el costo exacto que se requiere para sus producciones perjudicando de tal forma a la rentabilidad de la empresa.

Respecto al objetivo específico N°01: Identificar la relación entre la cadena de valor de servicios con la rentabilidad sobre las ventas de la empresa Grupo G Y CH S.A.C., Callao, en el periodo 2020-2021.

Para responder el objetivo específico N°01 se realizó un análisis de las ventas y el costo de ventas de Enero a Diciembre del año 2020-2021.

Tabla 6

Ventas del periodo 2020-2021.

VENTAS			
	2020		2021
Enero	164,731.00	Enero	178,692.86
Febrero	136,548.00	Febrero	99,231.00
Marzo	124,970.00	Marzo	117,918.00
Abril	85,570.00	Abril	90,454.00
Mayo	136,012.00	Mayo	115,304.00
Junio	128,264.92	Junio	77,847.00
Julio	170,381.12	Julio	96,929.00
Agosto	160,706.00	Agosto	45,471.00
Setiembre	101,844.00	Setiembre	105,149.00
Octubre	115,776.00	Octubre	23,584.00
Noviembre	88,482.00	Noviembre	55,997.00
Diciembre	116,861.00	Diciembre	188,866.00
Total	1,530,146.00	Total	1,195,442.86

Fuente: Estado de resultados de la empresa Grupo G Y CH S.A.C.

Elaboración propia

Tabla 7

Costo de ventas del periodo 2020-2021

Costo de ventas			
	2020		2021
Enero	110,341.00	Enero	144,256.16
Febrero	108,135.00	Febrero	91,541.00
Marzo	106,063.00	Marzo	123,211.00
Abril	72,309.00	Abril	81,271.00
Mayo	116,178.00	Mayo	97,446.00
Junio	114,076.89	Junio	71,082.00
Julio	150,789.10	Julio	79,132.00
Agosto	144,509.00	Agosto	55,724.00
Setiembre	87,640.00	Setiembre	73,292.00
Octubre	101,411.00	Octubre	32,209.00
Noviembre	79,285.00	Noviembre	30,687.00
Diciembre	102,646.00	Diciembre	114,754.00
Total	1,293,382.99	Total	994,605.16

Fuente: Estado de resultados de la empresa Grupo G Y CH S.A.C.

Elaboración propia

La cadena de valor es importante para toda empresa ya que explica cuáles son las actividades que generan valor y así tener una ventaja competitiva, dentro de ello encontramos al margen de servicio, que viene a ser la interacción entre la empresa con el cliente y esto lo podemos ver reflejado mediante las prestaciones de servicio que se realiza y los costos en los que se incurre.

Analizando las tablas N° 6 y 7, podemos observar que en el año 2021 las ventas disminuyeron en relación al año 2020, además de ello, los costos de ventas incrementaron por los cambios de precios que vienen surgiendo en nuestro país y el mundo.

Peralta (2022), estableció una estructura adecuada de los costos para la empresa Redolfi S.R.L., teniendo como conclusión que la cadena de valor es importante porque colabora a una correcta gestión de costos, resaltando las actividades que generan valor y determinando los costos deducidos por cada proceso con la finalidad de comparar si los resultados son convenientes para el desarrollo empresarial, con el objetivo de generar más ventas y mejorar la rentabilidad de la organización.

Además de ello, se analizó las respuestas de la entrevista aplicada al gerente y a la contadora y se tuvo como resultado:

Tabla 8

Análisis de la entrevista al gerente de la empresa Grupo G Y CH S.A.C.

ÍTEMS	RESPUESTA	HALLAZGO	CAUSA
¿Alguna vez han aplicado la cadena de valor de servicios para mejorar la rentabilidad sobre las ventas?	No.	No se encontró un modelo de la cadena de valor de servicio.	Quintero y Sánchez (2006) , plantean que la cadena de valor de una empresa reconoce las actividades que realmente son importantes y generan un valor para los compradores y las actividades de apoyo.
¿Tiene conocimiento de qué existen actividades que ayudan a mejorar la rentabilidad sobre las ventas de un negocio?	No.	No tiene conocimiento sobre las actividades que generan valor en una empresa.	Eiglier y Langeard (1987) , menciona que las actividades están planteadas por los eslabones primarios, de apoyo y el margen de servicio
¿El gerente general recibe capacitaciones periódicas para realizar su labor?	Sí.	Realiza capacitaciones periódicas.	Eiglier y Langeard (1987), comenta que la dirección general y de recursos humanos son aquellos que desarrollan las estrategias y las comparten con el resto de la organización, con la intención de establecer una cultura de servicio eficaz y comprometido.
¿El margen de servicio ha sido satisfactorio?	Hasta el año 2020 sí, en el año 2021 hemos tenido grandes pérdidas.	En el año 2020 el margen si fue satisfactorio, sin embargo en el año 2021 no.	Eiglier y Langeard (1987), menciona que el margen de servicio es el resultado de la interacción con los clientes, Es decir, es lo que el cliente percibe de nuestro negocio.

ITEMS	RESPUESTA	HALLAZGO	CAUSA
¿Cree Ud. que sería bueno implementar estrategias de publicidad para generar ventas?	Sí.	Nunca han implementado la publicidad como opción para llegar más al consumidor.	Feijoo et al.(2018) , mencionan que la publicidad es un conjunto de actividades y procedimientos en el cual la organización paga un dinero, con el objetivo de anunciar, mediante mensajes apropiados, al público en general sobre los productos o servicios que ofrece.
¿Tiene en cuenta que el área de servicio al cliente es importante para fidelizar a los clientes?	Sí.	No tienen un área de servicio al cliente, el gerente se encarga de todo y muchas veces se satura.	(Portal Rueda, 2012) indica los servicios que proporcionan las empresas no solo deben brindar calidad si no también deben disponer de una atención inmediata respecto a la demanda de entregas en el momento oportuno.

Fuente: Respuestas del Gerente de la empresa Grupo G Y CH S.A.C.

Elaboración propia

El Gerente desde que inició su negocio no se asesoró sobre cómo realizar una correcta gestión de costos porque la rentabilidad fue buena hasta el año 2020, por ello, no tiene conocimiento referente a la cadena de valor y lo positivo que es aplicarlo en una empresa para generar ventas y como efecto mayor rentabilidad. (Tabla N°8)

Tabla 9

Análisis de la entrevista a la contadora de la empresa Grupo G Y CH S.A.C.

ÍTEMS	RESPUESTA	HALLAZGO	CAUSA
¿Alguna vez han aplicado la cadena de valor para mejorar la rentabilidad sobre las ventas?	No.	No se encuentra muy involucrada con estos temas de la empresa ya que refiere que solo se dedica a los registros contables.	Quintero y Sánchez (2006) , plantean que la cadena de valor de una empresa reconoce las actividades que realmente son importantes y generan un valor para los compradores y las actividades de apoyo. Además de ello, nos brinda la facilidad de identificar los costos que se producen mediante las diferentes actividades realizadas
¿Tiene conocimiento de qué existen actividades que ayudan a mejorar la rentabilidad sobre las ventas de un negocio?	Sí.	Posee un conocimiento básico.	Eiglier y Langeard (1987) ,menciona que las actividades están planteadas por los eslabones primarios, de apoyo y el margen de servicio
¿El gerente general recibe capacitaciones periódicas para realizar su labor?	Sí.	La contadora si recibe capacitaciones y menciona que el gerente no.	Eiglier y Langeard (1987) , comentan que la dirección general y de recursos humanos son aquellos que desarrollan las estrategias y las comparten con el resto de la organización, con la intención de establecer una cultura de servicio eficaz y comprometido.

ITEMS	RESPUESTA	HALLAZGO	CAUSA
¿El margen de servicio ha sido satisfactorio?	Entre sí y no, si analizas el estado de resultado del año 2020 se puede deducir que las ventas han sido buenas y en el año 2021 bajaron.	En el año 2020 el margen si fue satisfactorio, sin embargo en el año 2021 no.	Eiglier y Langeard (1987), menciona que el margen de servicio es el resultado de la interacción con los clientes, Es decir, es lo que el cliente percibe de nuestro negocio.
¿Cree Ud. que sería bueno implementar estrategias de publicidad para generar ventas?	Sí, la publicidad es necesaria para que la gente conozca sobre esta empresa,	La contadora ha recomendado al gerente tener este punto en cuenta sin embargo no tuvo respuesta,	Feijoo et al. (2018) , mencionan que la publicad es un conjunto de actividades y procedimientos en el cual la organización paga un dinero, con el objetivo de anunciar, mediante mensajes apropiados, al público en general sobre los productos o servicios que ofrece.
¿Tiene en cuenta que el área de servicio al cliente es importante para fidelizar a los clientes?	Sí claro y esto sería beneficioso para la empresa.	No cuentan con dicha área.	(Portal Rueda, 2012) indica los servicios que proporcionan las empresas no solo deben brindar calidad si no también deben disponer de una atención inmediata respecto a la demanda de entregas en el momento oportuno.

Fuente: Respuestas de la contadora de la empresa Grupo G Y CH S.A.C.

Elaboración propia

La contadora indicó que no han aplicado la cadena de valor y que ella se dedica netamente al área contable, sin embargo, ha aconsejado en ocasiones al gerente de llevar a cabo acciones que ayuden a mejorar la rentabilidad de la empresa. (Tabla N°9)

Respecto al objetivo específico N°02: Analizar la relación entre los gastos operativos y financieros con la rentabilidad sobre las ventas de la empresa Grupo G Y CH S.A.C., Callao, en el periodo 2020-2021.

Para responder este objetivo se llevó a cabo un análisis documental de los gastos de administración, ventas y financieros del año 2020 y 2021.

Tabla 10

Gastos de administración de la empresa Grupo G Y CH S.A.C

GASTO DE ADMINISTRACIÓN			
	2020		2021
Enero	9,470.69	Enero	7,060.21
Febrero	7,728.00	Febrero	4,775.00
Marzo	9,748.00	Marzo	8,556.00
Abril	5,307.00	Abril	6,421.00
Mayo	7,442.00	Mayo	5,710.00
Junio	5,861.34	Junio	4,221.00
Julio	3,974.61	Julio	4,889.00
Agosto	7,175.00	Agosto	9,319.00
Setiembre	5,032.00	Setiembre	3,716.00
Octubre	6,453.00	Octubre	4,396.00
Noviembre	6,327.00	Noviembre	3,954.00
Diciembre	5,550.00	Diciembre	4,445.00
Total	80,068.00	Total	67,462.21

Fuente: Estado de resultados de la empresa Grupo G Y CH S.A.C.

Elaboración propia

Tabla 11*Gasto de ventas de la empresa Grupo G Y CH S.A.C.*

GASTO DE VENTAS			
	2020		2021
Enero	3,540.31	Enero	0.00
Febrero	1200.00	Febrero	0.00
Marzo	1,200.00	Marzo	0.00
Abril	1,200.00	Abril	0.00
Mayo	1,200.00	Mayo	0.00
Junio	1,200.00	Junio	0.00
Julio	4,084.52	Julio	0.00
Agosto	1,200.00	Agosto	0.00
Setiembre	180.00	Setiembre	0.00
Octubre	1,200.00	Octubre	0.00
Noviembre	1,200.00	Noviembre	0.00
Diciembre	2,400.00	Diciembre	0.00
Total	19,804.83	Total	0.00

Fuente: Estado de resultados de la empresa Grupo G Y CH S.A.C.

Elaboración propia

Tabla 12*Gastos financieros de la empresa Grupo G Y CH S.A.C.*

GASTOS FINANCIEROS			
	2020		2021
Enero	2,100.00	Enero	2,915.21
Febrero	1,547.00	Febrero	1,330.00
Marzo	1,313.00	Marzo	2,286.00
Abril	1,482.00	Abril	3,294.00
Mayo	1,270.00	Mayo	2,603.00
Junio	1,178.34	Junio	2,405.00
Julio	1,106.52	Julio	6,511.00
Agosto	1,201.00	Agosto	3,681.00
Setiembre	1,052.00	Setiembre	2,735.00
Octubre	1,071.00	Octubre	9,297.00
Noviembre	1.118.00	Noviembre	9,832.00
Diciembre	997.00	Diciembre	8,383.00
Total	15,435.86	Total	55,272.21

Fuente: Estado de resultados de la empresa Grupo G Y CH S.A.C.

Elaboración propia

Tabla 13

Resumen de los gastos operativos, financieros y la utilidad neta.

	2020	Utilidad neta	2021	Utilidad neta
Gastos administrativos	80,068.00		67,462.21	
Gastos de venta	19,804.83	126,722.00	0.00	67,933.00
Gastos financieros	15,435.86		55,272.21	
Total	115,309.00		122,734.00	

Fuente: Estado de resultados de la empresa Grupo G Y CH S.A.C.

Elaboración propia

Analizando los gastos administrativos (Tabla N°10), gastos de venta (tabla N°11) y gastos financieros (Tabla N°12) del año 2020-2021 y comparando la utilidad neta de ambos años, se dedujo que estos gastos se relacionan inversamente con la rentabilidad sobre ventas, debido a que si los gastos aumentan como consecuencia el ROS disminuirá ya que influyen en primer lugar a la utilidad neta, teniendo en cuenta que en el año 2020 la utilidad fue superior por S/.58,789.00 al año 2021 , y considerando que las ventas del año 2021 fueron menos que el año 2020 y el costo de venta fue más alto, por lo mismo que es importante que la empresa se fije como propósito reducir cada año los gastos operativos y financieros.

Lozano (2018) ,determinó la relación entre costo de servicio y Rentabilidad en las empresas de transporte de carga pesada del Callao, 2018,verificando que los costos de servicio si guardan relación con la rentabilidad, por ende, es significativo que la compañía se asesore de cómo llevar un control de costos adecuado que les permita identificar sus costos y gastos, con el fin de establecer un costo real que implica cada servicio.

Además de ello, analizando las respuestas de la entrevista aplica al gerente y contador se tuvo como resultado:

Tabla 14

Análisis de la entrevista al gerente de la empresa Grupo G Y CH S.A.C.

ÍTEMS	RESPUESTA	HALLAZGO	CAUSA
¿Reducir los gastos administrativos es un objetivo de la empresa?	Hoy en día sí, nos hemos visto en la necesidad de hacerlo	Se encontró un aumento en los gastos administrativos en el año 2021.	León (2018), , menciona que los gastos administrativos son aquellos que tienen un vínculo con las operaciones relacionadas con el área comercial.
¿Cree Ud. que los gastos de ventas influyen en la rentabilidad sobre ventas de la empresa?	Sí.	En el 2020 contrataron a una señorita encargada netamente de las ventas, lo cual generó una buena utilidad ya que aumentaron las ventas.	León (2018), ,nos dice que son aquellos que relacionan directamente con el área de ventas o con los servicios ofrecidos por las empresas.
¿Los gastos financieros han perjudicado la rentabilidad sobre las ventas de la empresa?	Sí, los gastos financieros han afectado a mi empresa, debido a que el año 2021 se incrementaron.	Solicitaron un préstamo que afectó a los gastos financieros en el año 2021.	García (2016), resalta que los gastos financieros beneficia al financiamiento ajeno.
¿Realizaron un análisis en las distintas entidades financieras para elegir la mejor tasa de interés?	No, solo accedí a lo que me ofrecían.	No realizaron un análisis para conocer cuál era la tasa menor de interés de cada banco.	Para el equipo editorial Etecé (2021), cuando se consigue un financiamiento, generalmente comprende el capital y un importe extra, siendo éste el resultado de atribuir un porcentaje al capital en el tiempo de conceder el préstamo.

¿La carga financiera ha perjudicado la rentabilidad sobre las ventas?	Considerablemente.	La carga financiera es muy alta lo cual ha perjudicado a la empresa ya que no reciben los ingresos necesarios para cubrir dicha deuda.	Según Coll (2020) menciona a la carga financiera como la suma de los diversos gastos financieros y la amortización del capital, relacionada a los préstamos formales.
---	--------------------	--	---

Fuente: Respuestas al gerente de la empresa Grupo G Y CH S.A.C.

Elaboración propia

El gerente indicó que hoy en día se han propuesto reducir los gastos administrativos de la empresa, además menciona que en el año 2020 contrató un personal para las ventas, lo cual fue beneficioso para la empresa, pero motivos personales no le renovó contrato en el año 2021. Por último, comentó que los gastos financieros en el año 2021 fueron exorbitantes, afectando así a la rentabilidad sobre las ventas de la empresa.

Tabla 15

Análisis de la entrevista a la contadora de la empresa Grupo G Y CH S.A.C.

ÍTEMS	RESPUESTA	HALLAZGO	CAUSA
¿Reducir los gastos administrativos es un objetivo de la empresa?	Sí, claramente es un objetivo importante y más ahora que la empresa no se encuentra en su mejor momento.	Se encontró un aumento en los gastos administrativos en el año 2021.	León (2018), menciona que los gastos administrativos son aquellos que tienen un vínculo con las operaciones relacionadas con el área comercial.
¿Cree Ud. que los gastos de ventas influyen en la rentabilidad sobre las ventas de la empresa?	Sí claro, eso lo podemos observar en el estado de resultados.	En el 2020 contrataron a una señorita encargada netamente de las ventas.	León (2018), nos dice que son aquellos que relacionan directamente con el área de ventas o con los servicios ofrecidos por las empresas.

¿Los gastos financieros han perjudicado la rentabilidad sobre las ventas de la empresa?	Sí, considerablemente.	El gerente solicitó un préstamo que afectó directamente a los gastos financieros en el año 2021.	García (2016), resalta que los gastos financieros benefician al financiamiento ajeno.
¿Realizaron un análisis en las distintas entidades financieras para elegir la mejor tasa de interés?	No.	No realizaron un análisis para conocer cuál era la tasa menor de interés de cada banco.	Para el equipo editorial Etecé (2021), cuando se consigue un financiamiento, generalmente comprende el capital y un importe extra, siendo éste el resultado de atribuir un porcentaje al capital en el tiempo de conceder el préstamo.
¿La carga financiera ha perjudicado la rentabilidad sobre las ventas?	Demasiado, la rentabilidad ha disminuido mucho por este tema.	La carga financiera es muy alta lo cual ha perjudicado a la empresa ya que no reciben los ingresos necesarios para cubrir dicha deuda.	Según (Colll Morales, 2020) menciona a la carga financiera como la suma de los diversos gastos financieros y la amortización del capital, relacionada a los préstamos formales.

Fuente: Respuestas de la contadora de la empresa Grupo G Y CH S.A.C.

Elaboración propia

La contadora mencionó que es importante que los gastos administrativos se reduzcan lo más que se pueda para no generar un gasto alto que perjudique a la empresa, también indicó que los gastos de ventas influyen en la rentabilidad sobre ventas y que los gastos financieros han desfavorecido al ROS.

Respecto al objetivo específico N°03: Diagnosticar la rentabilidad sobre las ventas de la empresa Grupo G Y CH S.A.C., Callao, en el periodo 2020-2021.

Tabla 16

Análisis vertical y horizontal del Estado de Resultados.

ANÁLISIS VERTICAL Y HORIZONTAL-ESTADO DE RESULTADOS

	31/12/2021	Análisis vertical	31/12/2020	Análisis vertical	Análisis horizontal	
Total Ventas Netas	1,195,443.00	100%	1,530,146.00	100%	-334703.00	-22%
(-) Costo de Ventas	(994,605.00)	-83.20%	(1,293,383.00)	-84.53%	-298778.00	-23%
UTILIDAD BRUTA	200,838.00	16.80%	236,763.00	15.47%	-35925.00	-15%
(-) Gastos de Administración	(67,462.00)	-5.64%	(80,068.00)	-5.23%	-12606.00	-16%
(-) Gastos de Venta	(0.00)	0.00%	(19,805.00)	-1.29%	-19805.00	-100%
RESULTADO OPERATIVO	133,376.00	11.16%	136,890.00	8.95%	-3514.00	-3%
(-) Gastos Financieros	(55,272.00)	-4.62%	(15,436.00)	-1.01%	39836.00	258%
Otros ingresos	0.00	0.00%	104,661.00	6.84%	-104661.00	-100%
(-) Otros Egresos	(0.00)	0.00%	(63,178.00)	-4.13%	-63178.00	-100%
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO	78,104.00	6.53%	162,937.00	10.65%	-84833.00	-52%
(-) Impuesto a la Renta	(10,171.00)	-0.85%	(36,215.00)	-2.37%	-26044.00	-72%
UTILIDAD DEL PERIODO	67,933.00	5.68%	126,722.00	8.28%	-58789.00	-46%

Fuente: Estado de resultados de la empresa Grupo G Y CH S.A.C.

Elaboración propia

Analizando los estados de resultados correspondientes al año 2020 y 2021 (Tabla 16), se pudo observar los cambios que ha sufrido la empresa en relación al año 2021. Esto se debe a que las ventas bajaron considerablemente teniendo como resultado una diferencia de S/. 334,703.00, además de ello, los costos de ventas aumentaron, en los cuales están incluidos todos los costos que se necesita para poder realizar el servicio, considerando que, en el año 2021 por factores externos a la empresa, como es la crisis por el Covid 19, todos los precios aumentaron afectando así a muchos sectores, donde Grupo G Y CH se encuentra incluido. Los gastos operativos disminuyeron debido a que en el año 2021 no se contrató un personal para las ventas, asumiendo la responsabilidad el gerente. Respecto a los gastos financieros, estos tuvieron un incremento por 39,836.00, los cuales han perjudicado grandemente a la empresa.

Para poder identificar el ROS de la empresa es necesario aplicar una fórmula:

$$\text{ROS} = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Ventas}}$$

Tabla 17*Rentabilidad sobre las ventas del año 2020-2021*

		ROS	
		2020	2021
<u>Utilidad neta</u>	<u>126,722.00</u>	x 100=	<u>Utilidad neta</u> = <u>67,933.00</u> x 100=
=	8.28%		5.68 %
Ventas	1'530,146.00		Ventas 1'195,443.00
ROS	8.28 %		5.68%

Fuente: Estado de resultados de la empresa Grupo G Y CH S.A.C.

Elaboración propia

Como se puede observar en la Tabla N°17, el ROS del año 2020 fue de 8.28% y del 2021 fue de 5.68 %, esto quiere decir que la rentabilidad sobre las ventas en la empresa Grupo G Y CH S.A.C. ha disminuido un 2.60 %, siendo este el resultado de una deficiente gestión de costos.

López (2019), en su tesis planteó como objetivo: Determinar la relación causal entre la gestión del costo de servicio y la rentabilidad sobre ventas, teniendo como resultado que el costo de servicio se relaciona significativamente con la rentabilidad sobre ventas, debido a que si los costos son utilizados correctamente seguirán brindando una buena utilidad, por lo contrario, la utilidad disminuirá perjudicando así a la empresa.

V.CONCLUSIONES

1. La gestión de costos tiene una relación directa con la rentabilidad sobre las ventas, es por ello que la empresa no tuvo el ROS esperado, esto se debe a que existe una deficiente gestión de costos que ha perjudicado enormemente a la empresa, teniendo como resultado una disminución en el ROS referente al año 2021.
2. La cadena de valor se relaciona directamente con la rentabilidad sobre las ventas de la empresa Grupo G Y CH S.A.C, ya que ésta es importante para tener una ventaja competitiva en el mercado, si no se aplica como corresponde repercutirá en las prestaciones de servicios y en los costos de ventas en los que se incurre, teniendo como consecuencia un margen de servicio menor y al mismo tiempo disminuyendo el ROS.
3. Los gastos operativos y financieros se relacionan inversamente con la rentabilidad sobre las ventas, esto se debe a que si los gastos no son controlados afectará al momento de calcular el ROS, obteniendo así un menor porcentaje. En el año 2021 los gastos financieros tuvieron un incremento descontrolado en relación al año 2020, ocasionando así que la empresa Grupo G Y CH S.A.C. realice pagos elevados, teniendo en cuenta que los ingresos no fueron los que se estimaba, impactando así de manera negativa a la utilidad neta y por consiguiente al ROS.
4. La rentabilidad sobre las ventas del año 2020 fue aceptable, puesto que las ventas realizadas fueron buenas y no se tuvo cargas financieras altas que pagar, lo cual no afectó al ROS, sin embargo, en el año 2021 el ROS bajó significativamente debido a que las ventas bajaron, los costos de ventas aumentaron y los gastos financieros fueron exorbitantes, afectando de tal manera a la utilidad neta y como resultado a la rentabilidad sobre las ventas de la empresa Grupo G Y CH S.A.C.

VI. RECOMENDACIONES

1. De acuerdo a todo lo analizado y observado, se recomienda a la empresa Grupo G Y CH S.A.C. que realicen una correcta gestión de costos planificando e identificando los recursos que necesitan para operar, teniendo en cuenta cuáles son los gastos en los que se incurren sin exceder el presupuesto inicial.
2. Se le recomienda a la empresa utilizar la cadena de valor de servicios con el objetivo de conocer cuáles son las actividades que generan valor y les permiten tener una ventaja para diferenciarse de los competidores, creando así una fidelización de sus clientes y generando mayores ingresos.
3. Se le recomienda a la empresa realizar presupuestos y análisis periódicamente que le permitan detectar los gastos operativos innecesarios que están perjudicando a la rentabilidad sobre las ventas de la empresa. Además de ello, deben optar por implementar medidas urgentes para disminuir los gastos financieros, cumpliendo oportunamente con sus pagos para no generar un interés moratorio.
4. Se le recomienda a la contadora hacerle de conocimiento al gerente el análisis porcentual del año 2020 y 2021, para que observe los cambios provocados por una deficiente gestión de costos, lo cual ha ocasionado que la utilidad en el año 2021 disminuya y como resultado de ello, la rentabilidad sobre las ventas sea menor. En pocas palabras, el gerente al conocer estos cambios, debe realizar acciones que impulsen el negocio y le permitan generar una mayor rentabilidad relacionada a sus ventas.

REFERENCIAS

- Álvarez Chaparro, J., Ruiz, J., Hernández, M., Estrada, C., & Sanchez, M. (2015). *Estudios de competitividad organizacional*. México: Universidad autónoma del Estado de México. Obtenido de <https://www.rilco.org/wp-content/uploads/2016/01/LIBRO-RILCO-2015.pdf>
- Alvarez Risco, A. (2020). *Clasificación de las investigaciones*. Lima: Universidad de Lima.
- Aquino Silva, F. A. (2018). *Gestión de costos y su determinación en los precios de venta de la empresa Metalmecánica del Callao, 2018*. Lima.
- Casanova Díaz, E. A. (2020). *Gestión de costos y la eficiencia en las ventas del servicio de restaurante en la empresa de Chuck E Cheese's, Trujillo 2019*. Trujillo.
- Casanova Villalba, C. I., Núñez Liberio, R. V., Navarrete Zambrano, C. M., & Proaño Gonzales, E. A. (2021). Gestión y costos de producción: Balances y perspectivas. *Revista de Ciencias Sociales*, 303.
- Chambergu Guillermo, I. (2009). *Análisis de Costos y presupuestos en el planeamiento estratégico gerencial*. Lima: Primera edición. Instituto Pacífico. Obtenido de <https://tienda.institutopacifico.pe/detalle/analisis-de-costos-y-presupuestos-en-el-planeamiento-estrategico-gerencial>
- Collí Morales, F. (15 de Abril de 2020). *Economipedia*. Obtenido de Carga financiera: <https://economipedia.com/definiciones/carga-financiera.html>
- Eiglier, P., & Langeard, E. (1987). *Servucción*. MCGRAW-HILL / INTERAMERICANA DE ESPAÑA.
- Equipo editorial, E. (05 de Agosto de 2021). *Concepto*. Obtenido de <https://concepto.de/interes/>
- Escudero Sanchez, C. L., & Cortez Suarez, L. A. (2018). *Técnicas y métodos cualitativos para la investigación científica*. Machala: UTMACH.
- Feijoo Jaramillo, I., Guerrero Jirón, J., & García Regalado, J. (2018). *Marketing aplicado en el sector empresarial*. Machala: UTMACH.
- García Novoa, C. (2016). *La deducibilidad de gastos financieros en el impuesto de sociedades*. Madrid: Marcial Pons, Ediciones Jurídicas y Sociales.
- García, I. (5 de Setiembre de 2017). *Economía simple*. Obtenido de <https://www.economiasimple.net/glosario/gastos-operativos>
- Garrido Martos, L. (s.f.). *Zona económica*. Obtenido de La inversión en la empresa: <https://www.zonaeconomica.com/inversion/empresa>
- Gayle Rayburn, L. (1999). *Contabilidad y administración de costos*. México: McGraw-Hill, 1999.

- Gitman, L., & Zutter, C. (2012). *Principios de administración financiera*. Mexico: Pearson. Obtenido de [https://books.google.com.pe/books?hl=es&lr=&id=KS_04zILe2gC&oi=fnd&pg=PA17&dq=Gitman,+L.,+%26+Zutter,+C.+\(2012\).+Principios+de+administraci%C3%B3n+financiera.+Mexico:+Pearson.&ots=Cz6uqIHuMa&sig=M-G2IP61swvb_tltG7A1zHIFlqg#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.pe/books?hl=es&lr=&id=KS_04zILe2gC&oi=fnd&pg=PA17&dq=Gitman,+L.,+%26+Zutter,+C.+(2012).+Principios+de+administraci%C3%B3n+financiera.+Mexico:+Pearson.&ots=Cz6uqIHuMa&sig=M-G2IP61swvb_tltG7A1zHIFlqg#v=onepage&q&f=false)
- INEI. (2010). *INDICADORES DE RENTABILIDAD*. Obtenido de https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib0932/index.htm
- Jacques Lambin, J. (1995). *Marketing estratégico*. Madrid: McGraw-Hill, Tercera Edición. Obtenido de https://www.academia.edu/10079711/Libro_Marketing_Estrategico_lambin_jean_jacques
- Juárez Tárraga, A. (2011). *Uso de indicadores financieros para evaluar el impacto de las prácticas de alta implicación*. Working Papers on Operations Management -2011- Vol 2, N° 2 (32-43) ISSN: 1989-9068. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4787171>
- Lawrence J., G., & Chad J., Z. (2012). *Principios de administración financiera*. Mexico: Pearson educación.
- Lázaro Gutierrez , R. (2021). *Técnicas de investigación cualitativa en los ámbitos sanitario y sociosanitario*. La Mancha: Ediciones de la Universidad de Castilla.
- León, C. (2018). *Clasificación de los gastos de operación*. Blog temas de clase (2.8).
- Llallacachi Catasi, O., Cornejo David, G., & Jaime Zuñiga, A. (2020). Gestión de costos y productividad de una empresa. *Valor contable*, 19.
- Llamas, J. (22 de Abril de 2020). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/gastos-de-ventas.html>
- López Romaní, J. S. (2019). *La influencia del costo de servicio en la rentabilidad de la empresa de transportes Flores Hermanos S.R.L. durante el periodo 2015 al 2017*. Tacna.
- López, J. F. (13 de Julio de 2018). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/inversion.html>
- Lozano Blas, R. A. (2018). *Costo de servicio y rentabilidad en las empresas de Transporte de Carga Pesada del Callao,2018*. Lima.
- Martin, I. (2012). *Investigating Murder*. Oxford Academic. doi: <https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780199259427.001.0001>,
- Mera Requejo, J. (2022). *Gestión de costos y su relación con la rentabilidad de una empresa de transporte de carga del Callao,2021*. Lima.

- Minchala Calle, A. G., & Ordoñez Parapi, J. M. (2021). *Propuesta de gestión de costos para la empresa "Homero Ortega Penafiel e hijos c LTDA"*. Cuenca.
- Moyano Perez, P. A. (2021). *La eficiencia administrativo y los costos de operación en las compañías de transporte de carga pesada de la ciudad de Latacunga*. Ambato.
- Ortega Carbajal, M. F., Hernández Mosqueda , J. S., & Tobón, S. (2015). Análisis documental de la gestión conceptual del conocimiento mediante la cartografía conceptual. *Ra Ximhai*, 43. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/461/46142596009.pdf>
- Paucar Figueroa, M. E. (2021). La importancia de implementar un sistema de gestión de costos en las pymes del Perú para lograr un adecuado desarrollo. *Lidera*. Obtenido de <https://revistas.pucp.edu.pe/index.php/revistalidera/article/view/23647>
- Peralta Legajo, M. (2022). *Optimización de costos para mejorar la rentabilidad de A.J & J.A. S.R.L.* Córdoba.
- Portal Rueda, C. A. (2012). *Costos logísticos*. Asunción: Editorial Academica Espanola. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/1815/181557161004/html/>
- Porter, M. (1985). *Competitive Advantage*. New York: Creating and Sustaining Superior.
- Quintero , J., & Sánchez, J. (03 de Diciembre de 2006). La cadena de valor:Una herramienta de pensamiento estratégico. *TELOS. Revista de Estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociales*, 378.
- Salazar Pérez, B. W. (2015). *Análisis de los costos de producción y su incidencia en la rentabilidad de las curtidurías de Tungurahua*. Ambato.
- Santa Cruz Obezo, N. D. (2019). *Implementación de un plan estratégico para incrementar la rentabilidad sobre las ventas de la empresa agregados y maquinarias San Luis S.A.C. , Trujillo 2018*. Trujillo.
- Sevilla Arias, A. (8 de Abril de 2017). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/gastos-financieros.html>
- Talamoni, S. (2019). La importancia de la gestión de costos en la Pyme. *La voz*. Obtenido de <https://revistas.pucp.edu.pe/index.php/revistalidera/article/view/23647>

ANEXOS

ANEXO 1: MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

VARIABLE DE ESTUDIO	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICION OPERACIONAL	DIMENSIÓN	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
Gestión de costos	Es una herramienta que nos brinda información trascendental, valiosa, monetaria o no monetaria, segmentada o global, referente al manejo interno de la empresa, de tal forma que se apliquen estrategias que contribuyan a la toma de decisiones.	Se basa en tomar medidas que permitan lograr la meta trazada por la empresa sobre las actividades organizacionales, teniendo en cuenta las estrategias y herramientas a utilizar.	Cadena de Valor	Eslabones primarios	Nominal
				Eslabones de apoyo	
			Margen de servicio		
			Gastos operativos y financieros	Gastos administrativos	
				Gastos de ventas	
				Gastos financieros	
Rentabilidad sobre las ventas	La rentabilidad sobre las ventas “es el margen de utilidad que se obtiene de las ventas”.	Es la proporción entre el beneficio y el volumen de un negocio. Es decir, es un porcentaje de las ventas que se pudo obtener como beneficio.	Costos logísticos	Transporte y distribución	Nominal
				Servicio al cliente	
			Costos de marketing	Publicidad	
				Presupuesto	
			Costos financieros	Tasa de interés	
	Carga financiera				
	Inversiones				

ANEXO 2: MATRIZ DE CONSISTENCIA

PROBLEMA	OBJETIVO	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	METODOLOGÍA
PROBLEMA GENERAL ¿Qué relación tiene la gestión de costos y la rentabilidad sobre las ventas en la empresa Grupo G Y CH S.A.C., Callao, en el periodo 2020-2021?	OBJETIVO GENERAL 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.	HIPÓTESIS GENERAL La gestión de costos se relacionará directamente con la rentabilidad sobre las ventas de la empresa Grupo G Y CH S.A.C., Callao, en el periodo 2020-2021.	VARIABLE D. Gestión de costos	La cadena de valor Gastos Operativos y financieros	1. Tipo: Básica 2. Diseño: Estudio de casos 3. Escenario de estudio: La empresa Grupo G Y CH S.A.C. 4. Participantes: 01 Gerente general 01 Contadora Estados de resultados.
PROBLEMA ESPECÍFICO ¿ Qué relación tiene la cadena de valor con la rentabilidad sobre las ventas de la empresa Grupo G Y CH S.A.C, Callao, en el periodo 2020-2021?	OBJ. ESPECÍFICOS Identificar la relación entre la cadena de valor de servicios con la rentabilidad sobre las ventas de la empresa Grupo G Y CH S.A.C., Callao, en el periodo 2020-2021	HIPÓTESIS ESPECÍFICAS La cadena de valor se relacionará directamente con la rentabilidad sobre las ventas de la empresa Grupo G Y CH S.A.C, Callao, en el periodo 2020-2021.	VARIABLE I.		5. Técnica y recolección de datos Entrevista y análisis documental
¿ Qué relación tiene los gastos operativos y financieros con la rentabilidad sobre las ventas de la empresa Grupo G Y CH S.A.C, Callao, en el periodo 2020-2021?	Analizar la relación entre los gastos operativos y financieros con la rentabilidad sobre las ventas de la empresa Grupo G Y CH S.A.C., Callao, en el periodo 2020-2021.	Los gastos operativos y financieros se relacionarán inversamente con la rentabilidad sobre las ventas de la empresa Grupo G Y CH S.A.C, Callao, en el periodo 2020-2021.	Rentabilidad sobre las ventas	Costos logísticos Costos de marketing Costos financieros	
¿En qué nivel de rentabilidad sobre las ventas se encuentra la empresa grupo G Y CH S.A.C., Callao, en el periodo 2020-2021?	Diagnosticar la rentabilidad sobre las ventas de la empresa Grupo G Y CH S.A.C., Callao, en el periodo 2020-2021.	La rentabilidad sobre las ventas de la empresa Grupo G y CH S.A.C. del año 2021, ha disminuido en relación al año 2020.			

ANEXO 3: INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

 UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	
ENTREVISTA AL GERENTE Y CONTADORA DE LA EMPRESA GRUPO G Y CH S.A.C.	
La presente guía de entrevista tiene como propósito recolectar toda la información necesaria de la empresa para desarrollar la investigación titulada “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”	
Entrevistado:	Entrevistador:
Fecha de aplicación:	Hora de inicio y final:

ENTREVISTA DE LA GESTIÓN DE COSTOS

N°	ÍTEMES	SI	NO	COMENTARIO
Cadena de valor de servicios				
1	1.¿Alguna vez han aplicado la cadena de valor para mejorar la rentabilidad sobre las ventas?			
2	¿Tiene conocimiento de qué existen actividades que ayudan a mejorar la rentabilidad sobre las ventas de un negocio?			
3	¿El gerente general recibe capacitaciones periódicas para realizar su labor?			
4	¿El margen de servicio ha sido satisfactorio?			
Gastos operativos				
5	¿Reducir los gastos administrativos es un objetivo de la empresa?			
6	¿Cree Ud. que los gastos de ventas influyen en la rentabilidad sobre ventas de la empresa?			
7	¿Los gastos financieros han perjudicado la rentabilidad sobre las ventas de la empresa?			

ENTREVISTA DE LA RENTABILIDAD SOBRE LAS VENTAS

COSTOS LOGÍSTICOS			
8	¿Tienen en cuenta los costos en que se incurre para aplicar un precio final?		
9	¿Cree usted que se pueda mejorar la rentabilidad sobre las ventas adecuando una correcta gestión de costos?		
10	¿Tiene en cuenta que el área de servicio al cliente es importante para fidelizar a los clientes?		
COSTOS DE MARKETING			
11	¿Alguna vez han incurrido en un costo de marketing?		
12	¿Cree Ud. que sería bueno implementar estrategias de publicidad para generar ventas?		
13	¿Está de acuerdo que la empresa debe fijar un presupuesto mensual para implementar estrategias de marketing?		
COSTOS FINANCIEROS			
14	¿Realizaron un análisis en las distintas entidades financieras para elegir la mejor tasa de interés?		
15	¿La carga financiera ha perjudicado la rentabilidad sobre las ventas?		
16	¿Las inversiones realizadas por la empresa han influido en la rentabilidad sobre las ventas?		

ANEXO 4: ANÁLISIS DE LA ENTREVISTA REALIZADA AL GERENTE DE LA EMPRESA

Ítems	Respuesta	Hallazgo	Causa
Gestión de costos			
1. ¿Alguna vez han aplicado la cadena de valor para mejorar la rentabilidad sobre las ventas?	No.	No se encontró un modelo de la cadena de valor de servicio.	Quintero y Sánchez (2006) , plantean que la cadena de valor de una empresa reconoce las actividades que realmente son importantes y generan un valor para los compradores y las actividades de apoyo.
¿Tiene conocimiento de qué existen actividades que ayudan a mejorar la rentabilidad sobre las ventas de un negocio?	No.	No tiene conocimiento sobre las actividades que generan valor en una empresa.	Eiglier y Langeard (1987) , desarrolla otra teoría relacionada a la cadena de valor de Porter , en el cual nos menciona que, para una empresa de servicios, la cadena de valor se tiene adaptar en eslabones primarios, de apoyo y margen de servicio.
¿El gerente general recibe capacitaciones periódicas para realizar su labor?	Sí.	No ha recibido capacitaciones para ejercer su trabajo.	Eiglier y Langeard (1987) , comentan que la dirección general y de recursos humanos son aquellos que desarrollan las estrategias y las comparten con el resto de la organización, con la intención de establecer una cultura de servicio eficaz y comprometido.
¿El margen de servicio ha sido satisfactorio?	Hasta el año 2020 sí, en el año 2021 hemos tenido grandes pérdidas.	En el año 2020 el margen si fue satisfactorio, sin embargo en el año 2021 no.	Eiglier y Langeard (1987)), menciona que el margen de servicio es el resultado de la interacción con los clientes, Es decir, es lo que el cliente percibe de nuestro negocio.
¿Reducir los gastos administrativos es un objetivo de la empresa?	Hoy en día sí, nos hemos visto en la necesidad de hacerlo	Se encontró un aumento en los gastos administrativos en el año 2021.	León (2018), menciona que los gastos administrativos son aquellos que tienen un vínculo

			con las operaciones relacionadas con el área administrativa.
¿Cree Ud. que los gastos de ventas influyen en la rentabilidad sobre ventas de la empresa?	Sí.	En el 2020 contrataron a una señorita encargada netamente de las ventas, lo cual generó una buena utilidad ya que aumentaron las ventas.	León (2018), nos dice que son aquellos que relacionan directamente con el área de ventas o con los servicios ofrecidos por las empresas.
¿Los gastos financieros han perjudicado la rentabilidad sobre las ventas de la empresa?	Sí, los gastos financieros han afectado a mi empresa, debido a que el año 2021 se incrementaron.	Solicitaron un préstamo que afectó a los gastos financieros en el año 2021.	García (2016), resalta que los gastos financieros beneficia al financiamiento ajeno.
Rentabilidad sobre las ventas			
¿Tienen en cuenta los costos en que se incurre para aplicar un precio final?	Sí.	No poseen ningún documento donde se verifique los costos reales para los servicios.	(Portal Rueda, 2012) , “los costos logísticos son la suma de los costos ocultos relacionados a la distribución y almacenamiento de materiales o productos desde el proveedor hasta el cliente final”.
¿Cree usted que se pueda mejorar la rentabilidad sobre las ventas adecuando una correcta gestión de costos?	Claro, además es necesario tener una buena gestión de costos para que toda empresa marche bien, así sea que la rentabilidad sea buena.	No han desarrollado una correcta gestión de costos.	Casanova et al. (2021) , exponen que las empresas hoy en día viven constantemente compitiendo para lograr establecerse en el mercado, para ello, es fundamental que se efectúe una buena gestión de costos que aporte nuevas estrategias que permitan reducir los costos de la empresa.
¿Tiene en cuenta que el área de servicio al cliente es importante para fidelizar a los clientes?	Sí, por ahora no tenemos esa área ya que lo manejo yo personalmente.	No tienen un área de servicio al cliente, el gerente se encarga de todo y muchas veces se satura.	(Portal Rueda, 2012) indica los servicios que proporcionan las empresas no solo deben brindar calidad si no también deben disponer de una atención inmediata respecto a la demanda de entregas en el momento oportuno.
¿Alguna vez han incurrido en un costo de marketing?	Por lo bien que nos estuvo yendo no hemos incurrido en esto.	No han incurrido en un costo de marketing.	Según Gayle (1999) , los costos de marketing son aquellos que se derivan de la prestación del servicio, dentro de ellos podemos encontrar a los

			costos de promoción de ventas, publicidad y el presupuesto.
¿Cree Ud. que sería bueno implementar estrategias de publicidad para generar ventas?	Sí.	Nunca han implementado la publicidad como opción para llegar más al consumidor.	Feijoo et al.(2018) , mencionan que la publicidad es un conjunto de actividades y procedimientos en el cual la organización paga un dinero, con el objetivo de anunciar, mediante mensajes apropiados, al público en general sobre los productos o servicios que ofrece.
¿Está de acuerdo que la empresa debe fijar un presupuesto mensual para implementar estrategias de marketing?	Sí.	Nunca han fijado un presupuesto mensual para implementar el marketing.	Para Álvarez et al. (2015) ,el presupuesto es una acción relevante que se debe considerar, generalmente, no se tiene conocimiento del recurso monetario que se dispone, en relación a las deducciones alcanzadas en el plan de marketing, por ende, se debe considerar en que se utilizará el dinero sobrante que se pueda obtener.
¿Realizaron un análisis en las distintas entidades financieras para elegir la mejor tasa de interés?	No.	No realizaron un análisis para conocer cuál era la tasa menor de interés de cada banco.	Para el equipo editorial Etecé (2021), cuando se consigue un financiamiento, generalmente comprende el capital y un importe extra, siendo éste el resultado de atribuir un porcentaje al capital en el tiempo de conceder el préstamo.
¿La carga financiera ha perjudicado la rentabilidad sobre las ventas?	Considerablemente.	La carga financiera es muy alta lo cual ha perjudicado a la empresa ya que no reciben los ingresos necesarios para cubrir dicha deuda.	Según Coll (2020) menciona a la carga financiera como la suma de los diversos gastos financieros y la amortización del capital, relacionada a los préstamos formales. Es decir, es un porcentaje de nuestros ingresos que se emplea para pagar las deudas de cada mes.
¿Las inversiones realizadas por la empresa han influido en la rentabilidad sobre las ventas?	Sí.	No realizaron una buena inversión debido a que no establecieron antes de invertir cuales son los	(Garrido Martos, s.f.) , si una empresa decide invertir debe tener en cuenta los riesgos que pueden incurrir, esto se debe a que los números son importantes y los resultados tienen relación con la

		riesgos que se pueden suscitar.	hipótesis que se planteó para ejecutar dicho negocio.
--	--	---------------------------------	---

ANEXO 5: ANÁLISIS DE LA ENTREVISTA REALIZADA A LA CONTADORA DE LA EMPRESA

Ítems	Respuesta	Hallazgo	Causa
Gestión de costos			
1. ¿Alguna vez han aplicado la cadena de valor para mejorar la rentabilidad sobre las ventas?	No.	No se encuentra muy involucrada con estos temas de la empresa ya que refiere que solo se dedica a los registros contables.	Quintero y Sánchez (2006) , plantean que la cadena de valor de una empresa reconoce las actividades que realmente son importantes y generan un valor para los compradores y las actividades de apoyo.
¿Tiene conocimiento de qué existen actividades que ayudan a mejorar la rentabilidad sobre las ventas de un negocio?	Sí.	Posee un conocimiento básico.	Eiglier y Langeard (1987) , desarrolla otra teoría relacionada a la cadena de valor de Porter , en el cual nos menciona que, para una empresa de servicios, la cadena de valor se tiene adaptar en eslabones primarios, de apoyo y margen de servicio.
¿El gerente general recibe capacitaciones periódicas para realizar su labor?	Sí.	La contadora si recibe capacitaciones y menciona que el gerente no.	Eiglier y Langeard (1987) , comentan que la dirección general y de recursos humanos son aquellos que desarrollan las estrategias y las comparten con el resto de la organización, con la intención de establecer una cultura de servicio eficaz y comprometido.
¿El margen de servicio ha sido satisfactorio?	Entre sí y no, si analizas el estado de resultado del año 2020 se puede deducir que las ventas han sido buenas y en el año 2021 bajaron.	En el año 2020 el margen si fue satisfactorio, sin embargo en el año 2021 no.	Eiglier y Langeard (1987)), menciona que el margen de servicio es el resultado de la interacción con los clientes, Es decir, es lo que el cliente percibe de nuestro negocio.

¿Reducir los gastos administrativos es un objetivo de la empresa?	Hoy en día sí, nos hemos visto en la necesidad de hacerlo	Se encontró un aumento en los gastos administrativos en el año 2021.	León (2018), menciona que los gastos administrativos son aquellos que tienen un vínculo con las operaciones relacionadas con el área administrativa.
¿Cree Ud. que los gastos de ventas influyen en la rentabilidad sobre ventas de la empresa?	Sí.	En el 2020 contrataron a una señorita encargada netamente de las ventas, lo cual generó una buena utilidad ya que aumentaron las ventas.	León (2018), nos dice que son aquellos que relacionan directamente con el área de ventas o con los servicios ofrecidos por las empresas.
¿Los gastos financieros han perjudicado la rentabilidad sobre las ventas de la empresa?	Sí, los gastos financieros han afectado a la empresa, debido a que el año 2021 se incrementaron.	Solicitaron un préstamo que afectó a los gastos financieros en el año 2021.	García (2016), resalta que los gastos financieros beneficia al financiamiento ajeno.
Rentabilidad sobre las ventas			
¿Tienen en cuenta los costos en que se incurre para aplicar un precio final?	Claro, además es necesario tener una buena gestión de costos para que toda empresa marche bien, así sea que la rentabilidad sea buena.	La contadora desconoce si cuentan con un documento que certifique esto.	(Portal Rueda, 2012) , “los costos logísticos son la suma de los costos ocultos relacionados a la distribución y almacenamiento de materiales o productos desde el proveedor hasta el cliente final”.
¿Cree usted que se pueda mejorar la rentabilidad sobre las ventas adecuando una correcta gestión de costos?	Sí, para ello el gerente debe capacitarse y realizar una correcta gestión.	No han desarrollado una correcta gestión de costos.	Casanova et al. (2021) exponen que las empresas hoy en día viven constantemente compitiendo para lograr establecerse en el mercado, para ello, es fundamental que se efectúe una buena gestión de costos que aporte nuevas estrategias que permitan reducir los costos de la empresa.
¿Tiene en cuenta que el área de servicio al cliente es importante para fidelizar a	Sí claro y esto sería beneficioso para la empresa.	No cuentan con dicha área.	(Portal Rueda, 2012) indica los servicios que proporcionan las empresas no solo deben brindar calidad si no también deben disponer de una atención inmediata

los clientes?			respecto a la demanda de entregas en el momento oportuno.
¿Alguna vez han incurrido en un costo de marketing?	No, nunca se ha incurrido en ese costo.	En ocasiones manifestó la importancia del marketing en la empresa.	Según Gayle (1999) , los costos de marketing son aquellos que se derivan de la prestación del servicio, dentro de ellos podemos encontrar a los costos de promoción de ventas, publicidad y el presupuesto.
¿Cree Ud. que sería bueno implementar estrategias de publicidad para generar ventas?	Sí, la publicidad es necesaria para que la gente conozca sobre esta empresa.	La contadora ha recomendado al gerente tener este punto en cuenta sin embargo no tuvo respuesta,	Feijoo et al.(2018) , mencionan que la publicidad es un conjunto de actividades y procedimientos en el cual la organización paga un dinero, con el objetivo de anunciar, mediante mensajes apropiados, al público en general sobre los productos o servicios que ofrece.
¿Está de acuerdo que la empresa debe fijar un presupuesto mensual para implementar estrategias de marketing?	Sí, es lo más lógico si lo que se busca es generar más ventas.	Nunca han fijado un presupuesto mensual para implementar el marketing.	Para Álvarez,et al. (2015),el presupuesto es una acción relevante que se debe considerar, generalmente, no se tiene conocimiento del recurso monetario que se dispone, en relación a las deducciones alcanzadas en el plan de marketing, por ende, se debe considerar en que se utilizará el dinero sobrante que se pueda obtener.
¿Realizaron un análisis en las distintas entidades financieras para elegir la mejor tasa de interés?	Es un tema muy importante, pero es el gerente y dueño quien decide.	No realizaron un análisis para conocer cuál era la tasa menor de interés de cada banco.	Para el equipo editorial Etecé (2021), cuando se consigue un financiamiento, generalmente comprende el capital y un importe extra, siendo éste el resultado de atribuir un porcentaje al capital en el tiempo de conceder el préstamo.
¿La carga financiera ha perjudicado la rentabilidad sobre las ventas?	Demasiado, la rentabilidad ha disminuido mucho por este tema.	La carga financiera es muy alta lo cual ha perjudicado a la empresa ya que no reciben los ingresos	Según Coll (2020) menciona a la carga financiera como la suma de los diversos gastos financieros y la amortización del capital, relacionada a los préstamos

		necesarios para cubrir dicha deuda.	formales. Es decir, es un porcentaje de nuestros ingresos que se emplea para pagar las deudas de cada mes.
¿Las inversiones realizadas por la empresa han influido en la rentabilidad sobre las ventas?	Sí.	No realizaron una buena inversión debido a que no establecieron antes de invertir cuales son los riesgos que se pueden suscitar.	(Garrido Martos, s.f.) , si una empresa decide invertir debe tener en cuenta los riesgos que pueden incurrir, esto se debe a que los números son importantes y los resultados tienen relación con la hipótesis que se planteó para ejecutar dicho negocio.

ANEXO 6: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO DE TESIS

CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor: DR. FRIAS GUEVARA ROBERTH

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTO.

Por medio del presente nos dirigimos a usted para expresarle nuestros saludos y así mismo hacer de su conocimiento que, siendo estudiantes del Taller de Elaboración de Tesis, de la EP de Contabilidad promoción 2022, requerimos validar los instrumentos con los cuales debemos recoger la información necesaria para poder desarrollar la investigación y posteriormente optar el Título Profesional de Contador Público.


El título o nombre del Informe de investigación es: **“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.”** y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos, recurro a su connotada experiencia a efecto que se sirva aprobar el instrumento aludido.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene:

- Carta de presentación.
- Definiciones conceptuales de las variables, dimensiones e indicadores.
- Matriz de Operacionalización.
- Matriz de consistencia.
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.
- Guía de entrevista

Expresándole mi sentimiento de respeto y consideración me despido de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente,



Apellidos y Nombres

Br. Aznarán Zuñiga, Fiorella Patricia

DNI: 70607572

VARIABLES DE ESTUDIO	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIÓN	INDICADORES	ÍTEMS	ESCALA DE MEDICIÓN
Gestión de costos	Es una herramienta que nos brinda información trascendental, referente al manejo interno de la empresa, de tal forma que se apliquen estrategias que contribuyan a la toma de decisiones.	Se basa en tomar medidas que permitan lograr la meta trazada por la empresa sobre las actividades organizacionales, teniendo en cuenta las estrategias y herramientas a utilizar	Cadena de valor	Eslabones primarios	1. ¿Alguna vez han aplicado la cadena de valor de servicios para mejorar la rentabilidad sobre las ventas?	Nominal
					2. ¿Tiene conocimiento de que existen actividades que ayudan a mejorar la rentabilidad sobre las ventas de un negocio?	
				Eslabones de apoyo	3. ¿El gerente general recibe capacitaciones periódicas para realizar su labor?	
				Margen de servicio	4. ¿El margen de servicio ha sido satisfactorio?	
			Gastos operativos y financieros	Gastos administrativos	5. ¿Cree Ud. que los gastos de ventas influyen en la rentabilidad sobre ventas de la empresa?	
				Gastos de ventas	6. ¿Cree Ud. que los gastos de ventas influyen en la rentabilidad sobre las ventas?	
				Gastos financieros	7. ¿Los gastos financieros han perjudicado la rentabilidad sobre las ventas de la empresa?	

Rentabilidad sobre las ventas	Es el margen de utilidad que se obtiene de las ventas. Toda empresa debe tener en cuenta la utilidad que generan sus ventas para cerciorar si estas son positivas o negativas, es decir, si resultan positivas la empresa seguirá en marcha, por lo contrario, si son negativas el negocio no cumplirá sus objetivos y la empresa se verá en la obligación de no vender más.	La rentabilidad sobre ventas "es el margen de utilidad que se obtiene de las ventas".	Costos logísticos	Transporte y distribución	8. ¿Tienen en cuenta los costos en que se incurre para aplicar un precio final?	Nominal
					9. ¿Cree usted que se puede mejorar la rentabilidad sobre las ventas adecuando una correcta gestión de costos?	
				Servicio al cliente	10. ¿Tiene en cuenta que el área de servicio al cliente es importante para fidelizar a los clientes?	
			Costos de marketing	Publicidad	11.¿Alguna vez han incurrido en un costo de marketing?	
					12. ¿Cree Ud. que sería bueno implementar estrategias de publicidad para generar ventas?	
				Presupuesto	13. ¿Está de acuerdo que la empresa debe fijar un presupuesto mensual para implementar estrategias demarketing?	
			Costos financieros	Tasa de interés	14. ¿Realizaron un análisis en las distintas entidades financieras para elegir la mejortasa de interés?	
				Carga financiera	15. ¿La carga financiera haperjudicado la rentabilidad sobre las ventas?	
				Inversiones	16. ¿Las inversiones realizadas por la empresa han influido en la rentabilidad sobre las ventas?	

Variable 1: Gestión de costos

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
1. ¿Alguna vez han aplicado la cadena de valor de servicios para mejorar la rentabilidad sobre ventas?	X		
2. ¿Tiene conocimiento de que existen actividades que ayudan a mejorar la rentabilidad sobre ventas de un negocio?	X		
3. ¿El gerente general recibe capacitaciones periódicas para realizar su labor?	X		
4. ¿El margen de servicio ha sido satisfactorio?	X		
5. ¿Reducir los gastos administrativos es un objetivo de la empresa?	X		
6. ¿Cree Ud. que los gastos de ventas influyen en la rentabilidad sobre ventas de la empresa?	X		
7. ¿Los gastos financieros han perjudicado la rentabilidad sobre las ventas de la empresa?	X		

Variable 2: RENTABILIDAD SOBRE LAS VENTAS

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
8. ¿Tiene en cuenta los costos en que se incurre para aplicar un precio final?	X		
9. ¿Cree usted que se pueda mejorar la rentabilidad sobre las ventas adecuando una correcta gestión de costos?	X		
10. ¿Tiene en cuenta que el área de servicio al cliente es importante para fidelizar a los clientes?	X		
11. ¿Alguna vez han incurrido en un costo de marketing?	X		
12. ¿Cree Ud. que sería bueno implementar estrategias de publicidad para generar ventas?	X		
13. ¿Está de acuerdo que la empresa debe fijar un presupuesto mensual para implementar estrategias de marketing?	X		
14. ¿Realizaron un análisis en las distintas entidad financieras para elegir la mejor tasa de interés?	X		
15. ¿La carga financiera ha perjudicado la rentabilidad sobre las ventas?	X		
16. ¿Las inversiones realizadas por la empresa han influido en la rentabilidad sobre las ventas?	X		

Chimbote, 12 de junio de 2022



.....
Firma de experto informante

DNI: 08312356

Teléfono: 939376605



CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: FRIAS GUEVARA ROBERTH
- I.2. Especialidad del Validador: CPC. Dr. En ADMINISTRACION
- I.3. Cargo e Institución donde labora: DTC-UCV
- I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Entrevista
- I.5. Autor del instrumento: Br. Aznarán Zuñiga Fiorella Patricia Katherine

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente e 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy bueno 61-80%	Excelen te 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado					80%
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica					80%
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación					80%
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables					80%
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.					80%
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.					80%
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación					80%
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.					80%
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento					80%
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.					80%
PROMEDIO DE VALORACIÓN						80%

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

80%

Chimbote, 12 de Junio de 2022

Firma de experto informante

DNI: 08312356

Teléfono: 939376605

CARTA DE PRESENTACIÓN

Señora: DRA. SAENZ ARENAS ESTHER

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTO.

Por medio del presente nos dirigimos a usted para expresarle nuestros saludos y así mismo hacer de su conocimiento que, siendo estudiantes del Taller de Elaboración de Tesis, de la EP de Contabilidad promoción 2022, requerimos validar los instrumentos con los cuales debemos recoger la información necesaria para poder desarrollar la investigación y posteriormente optar el Título Profesional de Contador Público.


El título o nombre del Informe de investigación es: **“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.”** y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos, recurro y apelo a su connotada experiencia a efecto que se sirva aprobar el instrumento aludido.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene:

- Carta de presentación.
- Definiciones conceptuales de las variables, dimensiones e indicadores.
- Matriz de Operacionalización.
- Matriz de consistencia.
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.
- Guía de entrevista

Expresándole mi sentimiento de respeto y consideración me despido de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente,



Apellidos y Nombres

Br. Aznarán Zuñiga, Fiorella Patricia

DNI: 70607572

Variable 1: Gestión de costos

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
1. ¿Alguna vez han aplicado la cadena de valor de servicios para mejorar la rentabilidad sobre ventas?	X		
2. ¿Tiene conocimiento de que existen actividades que ayudan a mejorar la rentabilidad sobre ventas de un negocio?	X		
3. ¿El gerente general recibe capacitaciones periódicas para realizar su labor?	X		
4. ¿El margen de servicio ha sido satisfactorio?	X		
5. ¿Reducir los gastos administrativos es un objetivo de la empresa?	X		
6. ¿Cree Ud. que los gastos de ventas influyen en la rentabilidad sobre ventas de la empresa?	X		
7. ¿Los gastos financieros han perjudicado la rentabilidad sobre las ventas de la empresa?	X		

Variable 2: RENTABILIDAD SOBRE LAS VENTAS

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
8. ¿Tiene en cuenta los costos en que se incurre para aplicar un precio final?	X		
9. ¿Cree usted que se pueda mejorar la rentabilidad sobre las ventas adecuando una correcta gestión de costos?	X		
10. ¿Tiene en cuenta que el área de servicio al cliente es importante para fidelizar a los clientes?	X		
11. ¿Alguna vez han incurrido en un costo de marketing?	X		
12. ¿Cree Ud. que sería bueno implementar estrategias de publicidad para generar ventas?	X		
13. ¿Está de acuerdo que la empresa debe fijar un presupuesto mensual para implementar estrategias de marketing?	X		
14. ¿Realizaron un análisis en las distintas entidad financieras para elegir la mejor tasa de interés?	X		
15. ¿La carga financiera ha perjudicado la rentabilidad sobre las ventas?	X		
16. ¿Las inversiones realizadas por la empresa han influido en la rentabilidad sobre las ventas?	X		

Chimbote, 12 de junio de 2022



.....
 ...

Firma de experto informante

DNI: 08312356

Teléfono: 939376605



CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: SAENZ ARENAS ESTHER
- I.2. Especialidad del Validador: DRA. EN CONTABILIDAD
- I.3. Cargo e Institución donde labora: DTP-UCV
- I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Entrevista
- I.5. Autor del instrumento: Br. Aznarán Zuñiga Fiorella Patricia Katherine

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy bueno 61-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado					80%
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica					80%
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación					80%
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables					80%
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.					80%
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.					80%
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación					80%
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.					80%
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento					80%
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.					80%
PROMEDIO DE VALORACIÓN						80%

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

.....

III. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

80%

Chimbote, 12 de Junio de 2022

Firma de experto informante

DNI: 08150222 Teléfono: 947 492 013

CARTA DE PRESENTACIÓN

Señora:

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTO.

Por medio del presente nos dirigimos a usted para expresarle nuestros saludos y así mismo hacer de su conocimiento que, siendo estudiantes del Taller de Elaboración de Tesis, de la EP de Contabilidad promoción 2022, requerimos validar los instrumentos con los cuales debemos recoger la información necesaria para poder desarrollar la investigación y posteriormente optar el Título Profesional de Contador Público.

El título o nombre del Informe de investigación es: **“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.”** y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos, recurro a su connotada experiencia a efecto que se sirva aprobar el instrumento aludido.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene:

- Carta de presentación.
- Definiciones conceptuales de las variables, dimensiones e indicadores.
- Matriz de Operacionalización.
- Matriz de consistencia.
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.
- Guía de entrevista

Expresándole mi sentimiento de respeto y consideración me despido de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente,



Apellidos y Nombres

Br. Aznarán Zuñiga, Fiorella Patricia

DNI: 70607572

Variable 1: Gestión de costos

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
1. ¿Alguna vez han aplicado la cadena de valor de servicios para mejorar la rentabilidad sobre ventas?	X		
2. ¿Tiene conocimiento de que existen actividades que ayudan a mejorar la rentabilidad sobre ventas de un negocio?	X		
3. ¿El gerente general recibe capacitaciones periódicas para realizar su labor?	X		
4. ¿El margen de servicio ha sido satisfactorio?	X		
5. ¿Reducir los gastos administrativos es un objetivo de la empresa?	X		
6. ¿Cree Ud. que los gastos de ventas influyen en la rentabilidad sobre ventas de la empresa?	X		
7. ¿Los gastos financieros han perjudicado la rentabilidad sobre las ventas de la empresa?	X		

Variable 2: RENTABILIDAD SOBRE LAS VENTAS

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
8. ¿Tiene en cuenta los costos en que se incurre para aplicar un precio final?	X		
9. ¿Cree usted que se pueda mejorar la rentabilidad sobre las ventas adecuando una correcta gestión de costos?	X		
10. ¿Tiene en cuenta que el área de servicio al cliente es importante para fidelizar a los clientes?	X		
11. ¿Alguna vez han incurrido en un costo de marketing?	X		
12. ¿Cree Ud. que sería bueno implementar estrategias de publicidad para generar ventas?	X		
13. ¿Está de acuerdo que la empresa debe fijar un presupuesto mensual para implementar estrategias de marketing?	X		
14. ¿Realizaron un análisis en las distintas entidad financieras para elegir la mejor tasa de interés?	X		
15. ¿La carga financiera ha perjudicado la rentabilidad sobre las ventas?	X		
16. ¿Las inversiones realizadas por la empresa han influido en la rentabilidad sobre las ventas?	X		

Chimbote, 12 de junio de 2022



.....
...

Firma de experto informante

DNI: 08312356

Teléfono: 939376605



CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: Medina Guevara Maria Elena
- I.2. Especialidad del Validador: C.P.C. Mag. Administración en Negocios
- I.3. Cargo e Institución donde labora: DTP - UCV
- I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Entrevista
- I.5. Autor del instrumento: Br. Aznarán Zuñiga Fiorella Patricia Katherine

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy bueno 61-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado					80%
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica					80%
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación					80%
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables					80%
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.					80%
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.					80%
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación					80%
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.					80%
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento					80%
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.					80%
PROMEDIO DE VALORACIÓN						80%

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

80%

Chimbote, 12 de Junio de 2022

Firma de experto informante

DNI: 09566617

Teléfono: 963848046