



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD**

**Costo de ventas y su rentabilidad en la Empresa de Transporte y
Turismo Wayra E.I.R.L., Juliaca, 2021.**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Contador Público**

AUTORAS:

Llutari Lazarinos, Maribel Yanet (orcid.org/0000-0002-5653-5747)
Vilca Sulca, Evelin (orcid.org/0000-0003-4162-3354)

ASESOR:

Dr. Huaranga Rivera, Herbert Víctor (orcid.org/0000-0002-8054-4213)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Finanzas

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

LIMA- PERÚ

2022

Dedicatoria

El presente trabajo de investigación lo dedicamos principalmente a Dios, quien ha sido nuestra guía, por ser el inspirador y darnos fuerza para continuar en este proceso de obtener uno de los sueños anhelados.

A nuestros padres, Eugenio Llutari - Herminia Lazarinos y mis hermanos Gisela-Janyol, por brindarnos su amor, paciencia, trabajo y sacrificio en todo este año.

Maribel Y. Llutari Lazarinos

Hugo Vilca- Jesús Sulca, por brindarnos su amor, paciencia, trabajo y sacrificio en todo este año

Evelin Vilca Sulca

Agradecimiento

Agradezco a Dios y a Virgen María, por su amor incondicional, sobre todo por sus bendiciones, con eterna gratitud quienes me dieron fuerza para superar los obstáculos y dificultades, y quienes me permitieron cumplir y culminar este proyecto anhelado.

A las autoridades de la Universidad César Vallejo, a los docentes de la Escuela Profesional de contabilidad, en especial a mis jurados y asesor quienes me orientaron y me apoyaron en la culminación de la presente investigación.

Maribel Y. LLutari Lazarinos Y Evelin Vilca Sulca

Índice de contenidos

Carátula	i
Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenidos.....	iv
Índice de tablas.....	v
Resumen	vi
Abstract.....	vii
I. INTRODUCCIÓN	8
II. MARCO TEÓRICO.....	11
III. METODOLOGÍA	19
3.1 Tipo y diseño de investigación.....	19
3.2 Variables y operacionalización	19
3.3 Población, muestra y muestreo	21
3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	22
3.5 Procedimientos.....	23
3.6 Método de análisis de datos	23
3.7 Aspectos éticos	24
IV. RESULTADOS.....	25
V. DISCUSIÓN	33
VI. CONCLUSIONES.....	37
VII. RECOMENDACIONES	38
REFERENCIAS	39
ANEXOS.....	45

Índice de tablas

Tabla 1 Niveles de coeficientes de confiabilidad de Alfa de Cronbach	23
Tabla 2 Nivel del Costo de Ventas y la Rentabilidad	25
Tabla 3 Nivel de Costo de Ventas con rentabilidad financiera	26
Tabla 4 Nivel de Costo de Ventas con rentabilidad económica	27
Tabla 5 Nivel de Costo de Ventas con ratios de rentabilidad.....	28
Tabla 6 Relación entre el costo de ventas con la rentabilidad	29
Tabla 7 Relación entre el costo de ventas con la rentabilidad financiera	30
Tabla 8 Relación entre el costo de ventas con la rentabilidad económica	31
Tabla 9 Relación entre el costo de ventas con los ratios de rentabilidad.....	32

Resumen

La investigación tiene por objetivo determinar la relación de los costos de venta en la rentabilidad de la empresa de Transporte y Turismo Wayra E.I.R.L., Juliaca, 2021. La metodología usada fue de tipo básica, diseño no experimental, nivel correlacional y de corte transversal. Se tomó como población a todos los trabajadores del área administrativa y de contabilidad de la empresa de la que se extrajo 40 trabajadores a los que se les aplicó dos cuestionarios (uno para los costos de ventas y otro para la rentabilidad) validado por juicio de expertos y con un Alfa de Cronbach de 0,865 y 0,863 para cada variable. Los resultados mostraron que el costo de venta y la rentabilidad tiene una relación directa (Tau b de Kendall 0,476) y significativa (Sig. 0,000); así mismo, resultó significativo para la rentabilidad financiera, económica y los ratios de rentabilidad. Se concluye que el costo de venta se relaciona en la rentabilidad de la empresa y se recomienda a la empresa mejorar su gestión en costo de venta para que pueda incrementar la rentabilidad del servicio de transporte.

Palabras clave: Costo de venta, rentabilidad, ratios de rentabilidad.

Abstract

The research aims to determine the relates of sales costs on the profitability of the Transport and Tourism company Wayra E.I.R.L., Juliaca, 2021. The methodology used was of basic type, non-experimental design, correlational and cross-sectional level. The population was taken as all the workers of the administrative and accounting area of the company from which 40 workers were extracted to whom two questionnaires were applied (one for sales costs and one for profitability) validated by expert judgment and with a Cronbach's Alpha of 0.865 and 0.863 for each variable. The results showed that cost of sale and profitability have a direct (Kendall Tau b 0.476) and significant (Sig. 0.000) relationship; likewise, it was significant for financial, economic profitability and profitability ratios. It is concluded that the cost of sale is related to the profitability of the company and it is recommended that the company improve its management in cost of sale so that it can increase the profitability of the transport service.

Keywords: Cost of sale, profitability, profitability ratios.

I. INTRODUCCIÓN

La economía se ha desarrollado drásticamente y esto ha alterado los patrones de costos, y algunas organizaciones utilizan con frecuencia el enfoque habitual del marco de costos, esperando factores y cálculos de volumen que son esenciales para el cambio de la materia prima. El costo del combustible aborda una tasa crítica dentro del gasto de transporte y esto, por lo tanto, es un importante considerar los costos de las operaciones.

Para poder competir en los mercados nacional e internacional, las empresas se enfrentan a dos retos principales: aumentar la eficiencia y reducir costes. Por ello, buscan acceder a los mejores insumos, tanto en el mercado local como en el extranjero, y buscan diferenciar sus productos a través de los procesos en los que los alimentan.

A nivel mundial, los costos del petróleo son prácticamente un 60% más elevados que un año atrás. Los costos de los combustibles en los países de Latinoamérica se han expandido debido a las sanciones a nivel internacional por el movimiento militar ruso en Ucrania y su efecto en el mercado de petróleo a nivel global. Hay algunos elementos que causan estos incrementos, para ciertos resultados: en México, los costos de los combustibles aumentarán en general, un litro de gas premium se vende a 29 o 30 pesos (1,4 dólares); en Argentina, los costos del gas se expandieron un 9,5% mientras que otros artículos premium se expandieron un 11,5% (Latinoamericano, 2022).

Según Ochoa (2018), el 80% de las organizaciones latinas no realizan un desarrollo y evaluación adecuados de los costos y recursos relacionados con la elaboración de sus productos, lo que provoca niveles bajos de rentabilidad. Por lo general, las organizaciones no tienen registros claros que reflejen las cifras específicas de los fondos utilizados durante el año y los costos adicionales asociados con la promoción de sus artículos, lo que limita las estimaciones de productividad esenciales. El Fondo Monetario Internacional (2018) afirma que las organizaciones españolas han sufrido los efectos negativos de enormes problemas

de rentabilidad, ya que los costes hundidos y la proliferación de sucursales han aumentado en la mayoría de los países.

A nivel nacional, el coste del combustible ha subido últimamente un 10%, lo que influye en el cálculo del gasto de todas las organizaciones de transporte, tanto de personas como también de mercancías, dijo Martín Ojeda, jefe de la Asociación de Transporte (RPP Noticias, 2022).

Gonzáles y Vidal (2018) indican que las empresas de conservas de Chimbote tienen desventajas en cuanto a costos de materia prima, ya que planean aumentar la oferta y los costos, y al cierre del periodo 2016 y 2017 las empresas han tenido dificultades para lograr este punto. Como resultado, los indicadores financieros de la organización cayeron del 49% al 48% de la utilidad neta. Comparable al beneficio neto, este disminuyó del 32% al 27% entre los periodos que se consideraron, debido a la expansión en el gasto de los negocios, ya que la materia prima, no podía ser obtenida a un valor más bajo, esto ha llevado a las organizaciones a perseguir opciones fundamentales para producir cambios en los plazos siguientes.

En el entorno local contamos con la Empresa de Transporte y Turismo Wayra E.I.R.L., Juliaca, 2021, es una empresa peruana que fue incorporada en 21/07/2006, la cual tiene como actividad principal el servicio de transporte por vía terrestre, por la alza de combustible que se viene afectando en estos últimos meses, lo cual radica en el problema principal de la empresa, por lo que al ser una empresa de transportes, los precios lo están manteniendo sin alterar para no perder clientes, al tener costos más elevados y mantenerse el precio, la empresa no está teniendo una óptima rentabilidad.

Ante este contexto, la investigación surge el siguiente problema general: ¿De qué manera el costo de venta se relaciona con la rentabilidad de la Empresa de Transporte y Turismo Wayra E.I.R.L., Juliaca, 2021? Seguida de sus problemas específicos: PE1: ¿De qué manera el costo de venta se relaciona con la rentabilidad financiera de la Empresa de Transporte y Turismo Wayra E.I.R.L., Juliaca, 2021? PE2: ¿De qué manera el costo de venta se relaciona con la rentabilidad económica de la Empresa de Transporte y Turismo Wayra E.I.R.L., Juliaca, 2021? PE3: ¿De

qué manera el costo de venta se relaciona los ratios de rentabilidad de la Empresa de Transporte y Turismo Wayra E.I.R.L., Juliaca, 2021?

Esta investigación tiene justificación teórica porque por medio de los antecedentes y bases teóricas, se establecerá una herramienta fundamental que tiene como objetivo el ofrecer un aporte de conocimiento sobre el costo de ventas y la rentabilidad que servirá de antecedentes en futuras investigaciones, justificación metodológica, porque los procedimientos aplicados permitirán obtener la información necesaria sobre su el costo de venta y cómo se relaciona en la rentabilidad, debido a los distintos cambios de los precios y gastos que sucede a lo largo del periodo, y por último, justificación práctica, porque de acuerdo a los resultados que se obtengan por la investigación, se evidenciará el grupo de desconocedores y permitirá realizar las recomendaciones necesarias que ayuden a tener una buen reconocimiento de precios y gastos que tendrá relación con el costo de venta y permitirá desarrollar una óptima rentabilidad.

Como objetivo general se considera: Determinar la relación del costo de venta con la rentabilidad de la Empresa de Transporte y Turismo Wayra E.I.R.L., Juliaca, 2021. Seguida de sus objetivos específicos: OE1: Determinar la relación del costo de ventas con la rentabilidad financiera de la Empresa de Transporte y Turismo Wayra E.I.R.L., Juliaca, 2021. OE2: Determinar la relación del costo de ventas con la rentabilidad económica de la Empresa de Transporte y Turismo Wayra E.I.R.L., Juliaca, 2021. OE3: Determinar la relación del costo de ventas con los ratios de rentabilidad de la Empresa de Transporte y Turismo Wayra E.I.R.L., Juliaca, 2021.

Adicionalmente, contiene la presente hipótesis de ser acertado: El costo de venta se relaciona significativamente con la rentabilidad de la Empresa de Transporte y Turismo Wayra E.I.R.L., Juliaca, 2021.

II. MARCO TEÓRICO

En los antecedentes relacionados a la investigación se menciona en el ámbito internacional, Ochoa (2018) su finalidad principal era determinar el índice entre los factores contemplados. Se utilizó una estrategia correlacional - diseño no experimental. Infirió que el impacto del costo de venta es importante, ya que los resultados monetarios mostraron que los recursos brutos durante el período de 2015 fueron inferiores a los pasivos, los cuales fueron más bajos que en el período anterior.

López y Sierra (2019) en su estudio el propósito inicial era investigar la condición de la obligación en la rentabilidad de las fundaciones. Se utilizó un método mixto, diseño no experimental con niveles de correlación y evaluaciones vinculadas. Se concluye que el impacto monetario de las organizaciones evaluadas muestra que están mostrando registros normales ya que la rentabilidad de los recursos más pequeños es de 1,80% y el crecimiento del valor es de 1,40%. Finalmente, el nivel de endeudamiento más significativo es del 37,97%.

Ámbito nacional, Bobadilla (2020) su objetivo fue identificar la correlación de costo de ventas con la rentabilidad de las organizaciones. Se usó una metodología cuantitativa, diseño no experimental con alcance descriptivo y correlacional; se empleó el cuestionario. La población y muestra fue de 22 colaboradores. Se dedujo que existe una importante correlación entre el coste de las ventas y la rentabilidad, y se alcanzó un valor de ($Rho = 0,782$), lo que demuestra una relación positiva muy buena entre los dos factores.

Filio y Fernández (2018) su objetivo fue determinar la incidencia de los costos en la rentabilidad en la empresa Claro con las variables Costos dentro de la variable rentabilidad. Como metodología se utilizó el nivel descriptivo, con un método explicativo de diseño no experimental-correlacional simple. La población y muestra fue de 36 colaboradores. Se presume que los costos de exhibición causados por la organización son significativamente altos, ya que no hay una mejora de gastos decente en los ciclos de compra y diferentes, lo que influye en la rentabilidad.

Mostacero (2020) su objetivo fue determinar la influencia que ejerce el costo de ventas sobre la rentabilidad. Se utilizó un enfoque de método cuantitativo con un diseño no experimental y un rango de correlación explicativo. La población y muestra son 21 socios. Se afirmó que se utilizó la prueba estadística de Pearson para probar la relación entre los factores del trabajo y con una respuesta de 0.813, la relación existe y es bastante confiable.

Ámbito local, Castillo (2018) su objetivo era establecer el nivel de correspondencia entre los gastos y la rentabilidad en la gestión de las instituciones educativas. La metodología que se empleó fue de diseño no experimental; se empleó ficha de documentos. La muestra fue de fueron 4 instituciones educativas. Se concluyó se mantiene una correlación entre la rentabilidad respecto a los servicios educativos y los costos.

Huamani (2020) su objetivo fue determinar los costos de producción y rentabilidad mediante la aplicación de un sistema de costos de producción y de ratios financieros para hallar la rentabilidad. Se usó una metodología deductivo, analítico y descriptivo, con enfoque cuantitativo; se empleó el análisis documental y entrevista. La muestra fue de la empresa metal mecánica Fortaleza Andina. Se dedujo que no tiene ninguna relación significativa con un sistema de costes aceptable, el prorrateo de sus costos indirectos de fabricación es dudoso, por lo que los costes de producción agregados y unitarios no son auténticos.

Huanca y Quispe (2022) su objetivo fue determinar como el costo de ventas se relaciona con la rentabilidad en la empresa. Se usó una metodología de tipo básica, nivel descriptivo – correlacional, manteniendo un diseño no experimental; se empleó el cuestionario. La población y muestra fue de 42 colaboradores. Se dedujo que existe una gran relación entre el coste de las ventas con la rentabilidad, y el estudio obtuvo un valor de ($Rho = 0,668$), demostrando una relación positiva excepcionalmente alta entre los dos factores.

Cabe mencionar que la primera variable, costo de ventas, con base en el costo de los bienes vendidos, analizamos si cada rendimiento o beneficio que vendemos tiene un valor específico, que puede variar en función de la remuneración aplicada. Apaza (2020), afirma que el gasto de las transacciones está

relacionado con el uso que la asociación transmite para crear inventarios en periodo específico y el gasto de las transacciones de una asociación financiera dedicada a la comercialización de artículos es la consecuencia del stock subyacente además del gasto de las compras, siendo dicha suma disminuida por el último stock. Al mismo tiempo, Reveles (2019) precisa que el gasto que la organización ocasiona para mostrar un artículo o un producto de gran calidad a sus clientes.

En cuanto a la relevancia del gasto de los negocios, Páez (2018), afirma que, es importante que la compañía tenga información definida sobre los datos relacionados con el cálculo correcto del costo de ventas y la aplicabilidad en los períodos que se relacionan, lo que evitará circunstancias que la compañía desconoce. Por otra parte, Silva (2018) espera que el gasto de los tratos sea un componente que debe ser considerado a la hora de decidir el deber personal, posteriormente, se llena como un determinante en el examen de los beneficios o infortunios como último resultado.

Cabe señalar, que la variable costo de ventas, comprende las dimensiones elementos del costo y costos del servicio. Dentro de la dimensión elementos del costo, se tiene como indicadores a la materia prima, mano de obra y gastos no directos de fabricación; y dentro de la dimensión costos del servicio, se encuentran los indicadores costos fijos, costos variables y costos indirectos.

En base a lo mencionado, la dimensión elementos del costo de acuerdo con Gómez (2022) los componentes del gasto de un artículo o de sus partes son los materiales inmediatos, el trabajo directo y los costes de elaboración a posteriori, esta agrupación proporciona los datos esenciales para estimar los ingresos y evaluar el artículo. Lo cual concuerda con CEUPE (2022) que expresa que los componentes del coste están formados por tres componentes: el material directo, el trabajo directo y los costes de fabricación indirecta.

El primer indicador la materia prima, que de acuerdo con Correa y Martínez (2018) la materia prima está directamente asociada a la creación del producto. También hay que tener en cuenta que no todos los materiales están comprometidos con la actividad. Esta definición se complementa con lo indicado por la Editorial

Grudemi (2019) la cual afirma que es el conjunto de recursos extraídos de la naturaleza que se emplean en las operaciones que producen bienes y servicios.

El segundo indicador es Mano de obra, que se considera la suma aplicada directamente al resultado final e incorpora las compensaciones y otras ventajas monetarias del personal docente que interviene efectivamente en el proceso de fabricación (Correa y Martínez, 2018). Además, Janampa (2021) indica que comprende el número de personas, cuadrillas; y sus pagos que corresponden a la ejecución de una actividad o partida individual de medida.

Por lo tanto, el último indicador es el de los costes de producción, que según Correa y Martínez (2018) se refiere a los costes que no están directamente relacionados con la creación del producto. Por su parte, Llamas (2020) afirma que son los que provienen de prácticas que no están directamente asociadas a la cadena de creación o ensamblaje.

Posteriormente, la dimensión costos de servicios, incluye todos los costos involucrados en la producción de un bien o servicio. No es posible determinar la cantidad exacta correspondiente a una unidad producida o un servicio realizado (Reveles, 2019). Sin embargo, Skeep (2021) define al costo de servicio como los costos adicionales relacionados a la entrega de un servicio, algunos ejemplos de ello son el agua, gas, electricidad, internet, entre otros

En base a lo antes mencionado, el primer indicador es costos fijos, los cuales según Westreicher (2021) asevera que son aquellos que no dependen de la cantidad de unidades producidas y no son volátiles en el tiempo, como el alquiler de un local el cual se seguirá pagando independientemente de lo que venda la empresa. Esta afirmación concuerda con CERTUS (2020) el cual indica que son gastos que no variarán sin considerar el número de bienes o servicios producidos por parte la empresa.

Seguidamente, el segundo indicador, costos variables, son aquellos que a comparación del párrafo anterior depende de lo que produzca la empresa (Westreicher, 2021). Además, cabe mencionar que estos costos fluctúan de acuerdo a diferentes variaciones dentro de la compañía como es el caso que si la

empresa decide incrementar el número de unidades producidas, mayor serán los costos variables y del mismo modo al contrario (CERTUS, 2020).

Finalmente, como último indicador están los costos indirectos los cuales según Westreicher (2021) no pueden asignarse con precisión a las unidades que se produjeron, ejemplo de ello son el pago de alquileres, servicio de agua, servicio de luz, etc. Esta premisa concuerda con CERTUS (2020) el cual menciona que estos costos no están asociados a un departamento específico y por lo tanto su asignación no es directa.

Por otro lado, la variable rentabilidad comprende la evaluación constante de la empresa, con el fin de buscar una mejora mediante preguntas sobre lo que se está realizando, como se está realizando y si es correcto lo que se realiza. Según Gutiérrez y Tapia (2020) caracteriza la rentabilidad como una proporción de efectividad que se suma para conocer el beneficio de lo que se ha aportado, después de hacer una progresión de prácticas; asimismo, se relaciona con las tareas de los acuerdos, los recursos de la junta y el activo separado por los propietarios o miembros de la misma, creando liquidez y solvencia posterior. Examinar la rentabilidad es clave, ya que es la consecuencia de la gama de objetivos fijados en una organización, a la luz de los beneficios, la ejecución, el desarrollo y la fuerza monetaria. En un estudio empresarial, las medidas a tener en consideración se posicionan entre la productividad y la solvencia en relación a los factores de interés en cualquier movimiento financiero (Correa, 2018).

Dentro de ello, La globalización se suma al incremento de las competencias en todo el mundo, esperando que las organizaciones busquen instrumentos productivos y seguros que colaboren a disminuir los costos y trabajen en la administración monetaria, empleando diversas opciones que permitirán controlar, trabajar y perseguir opciones para potenciar el beneficio de la organización; siendo la rentabilidad tal vez una de las principales variables dentro de una organización, considerándose que su presencia representa el desarrollo, mientras que su inasistencia implica la proyección de la decepción de la organización (Apaza et al., 2020). Por otro lado, es el resultado del rendimiento, que en un periodo produce los capitales utilizados en una determinada actividad; realizando una comparación

teniendo en cuenta la renta generada y los medios que se emplearon para ser obtenida. A través de esta comparación, se podrá obtener la rentabilidad y su origen, dando lugar a la aparición de los ratios financieros.

El aspecto primordial a referenciar es la productividad monetaria, la cual es retratada como la rentabilidad más pronta para los inversionistas o propietarios, ya que decide el marcador para expandir sus costos, donde es crítico calibrar los grados de capital de valor (Ortega, 2020). De igual forma se caracteriza como el arreglo de indicadores financieros que muestran el costo de la oferta dentro de una organización, siendo el beneficio más notado por cualquier inversionista financiero al buscar la adquisición de una oferta (Casamayou, 2019).

El primer indicador es el Rendimiento sobre Activo, el cual según Ortega (2020) mide el beneficio producido con los activos que mantiene la empresa. Si el hallazgo es alto, se entiende que los activos se utilizan con la mayor rapidez posible o, al menos, que se obtiene un mayor rendimiento por cada unidad de recursos de la organización. Asimismo, Westreicher (2018) define al rendimiento sobre activo como un ratio de finanzas que mide la capacidad de la empresa para obtener ganancias en base a sus activos. La fórmula para calcular la rentabilidad, se detalla a continuación:

$$ROA = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Activos totales}}$$

El segundo indicador es el Rendimiento sobre Patrimonio el cual es definido por Ortega (2020) mide el beneficio producido con los activos que mantiene la empresa. Si el resultado es alto, significa que los activos se utilizan con la mayor rapidez posible o, al menos, que se obtiene un mayor rendimiento por cada unidad de recursos de la organización. La fórmula para calcular la rentabilidad sobre el patrimonio, se detalla a continuación:

$$ROE = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Patrimonio}}$$

Como segunda dimensión, la rentabilidad económica, que tiene como motivación determinar el beneficio creado por el recurso, sin tener en cuenta los

gastos monetarios, a partir de una situación financiera, por lo que se refiere al beneficio de las actividades de emprendimiento en la organización (Ortega, 2020). La rentabilidad económica es el margen de ganancia de los recursos administrados por la organización, así mismo la ganancia de inversión referente al capital invertido; de tal manera que comprende la estructura que produce los activos dentro de la entidad empresarial, independiente de su financiamiento. (Segura, 2019).

El único indicador es el Rendimiento sobre los resultados, según Ortega (2020) mide las ventajas obtenidas por la empresa, sobre todo por la oferta de cada unidad financiera. Según Enrique et al. (2019) mide la utilidad obtenida en un periodo económico, con respecto a los ingresos netos efectuados propios de la actividad. Considerado también como el margen sobre ventas o índice de productividad. La fórmula para calcular a rentabilidad sobre los resultados, se detalla a continuación:

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

Concluyendo con la tercera dimensión, están las ratios de rentabilidad, los cuales son cálculos matemáticos que permiten analizar el uso eficiente que se da a los activos de una empresa, de igual manera permite analizar negociaciones posibles, debido que este se relaciona con el activo, capital y ventas de una empresa (Millones, 2020). De acuerdo con Roldán (2019) corresponden a un conjunto de indicadores financieros y económicos que buscan determinar si la empresa es o no rentable.

El primer indicador es el Rendimiento del capital, de acuerdo con Millones (2020), señala que los accionistas de una empresa operan el ratio de rendimiento sobre el capital, con el fin de informarse acerca del beneficio que posee en su inversión contable; y de esta manera comprobar el beneficio que obtienen con el valor promedio existente. Del mismo modo Trujillo (2022) son los beneficios que obtiene una persona o una sociedad por la explotación de bienes muebles o inmuebles, siempre que no estén afectos a la actividad empresarial, a través de arrendamiento o cesión de derecho de uso y disfrute.

El segundo indicador es el Margen de utilidad bruta y operativa, el cual se refiere a la diferencia del número de ventas en efectivo de un producto en un tiempo específico, diferenciando los costos de producción y distribución durante el mismo rango de tiempo; y, por otra parte, tenemos al nivel de utilidad operativa, producto de los ingresos y gastos operativos que están relacionados directamente con la actividad principal de la entidad. (Enrique et al., 2019). El margen de utilidad también es definido como la diferencia que existe entre el precio de venta y los costos fijos y variables que están participando en el proceso de comercialización y en el mantenimiento de la organización (García, 2017).

El tercer indicador es el Ingreso global neto, que permite decidir la tasa obtenida en cada operación, tras deducir todos los costes, incluyendo los cargos creados, la comisión y los beneficios (Martínez et al., 2017). Otra interpretación, es la de Westreicher (2018) que expresa que el beneficio neto es el nivel de resultado logrado en la normalidad para cada venta. Se determina dividiendo el beneficio neto (ganancia neta) por ventas. Esto, después de deducir todos los gastos.

La teoría que apoya la variable de la rentabilidad es la teoría financiera tradicional. Adam Smith, en 1776, subrayó la remuneración y el examen del valor del trabajo y de los productos. Como indica esta teoría tradicional, el emprendimiento es más prioritario que los fondos de reserva. Estos tres elementos significativos son: el componente monetario, el ritmo de retorno y de esta manera la conexión entre el emprendimiento y la demanda. El arrendamiento o pago es el martes y la última parte del coste. El arrendamiento es un coste único, no el más mínimo incentivo concebible para el propietario, sino el más notable para el ganadero. A medida que los beneficios para el capital y el trabajo aumentan, el salario disminuye: Smith acepta que depende de la superficie de tierra cultivable, que no se resuelve del todo por el grado de población.

III. METODOLOGÍA

3.1 Tipo y diseño de investigación

3.1.1 Tipo de investigación

El estudio empleó una metodología de tipo básica, porque tiene como objetivo conseguir nuevo conocimiento de manera sistemática con la finalidad de incrementar el conocimiento (Hernández y Mendoza, 2018).

3.1.2 Diseño no experimental

Según Hernández y Mendoza, (2018) diseño no experimental es descriptivo o correlacional, lo que implica que está representando lo que sucede o la peculiaridad sólo a todos los efectos, o está retratando una conexión entre al menos dos factores o libremente sin estar conectados, todo ello con casi ninguna objeción por parte del científico. Esto implica que no controla ninguna variable.

3.1.3 Nivel de la investigación

El nivel de estudio es correlacional, este nivel trata de decidir la conexión entre dos factores, que puede ser inversa o directa (Hernández y Mendoza, 2018).

3.2 Variables y operacionalización

Variable 1

Costo de ventas

a. Definición Conceptual

Los costos, existen varias formas de clasificar los costos y sus elementos en la Contabilidad de costos. Tradicionalmente, los costos se clasifican de acuerdo con: costos separados, costos conjuntos, costos variables, costos fijos y costos generales.

b. Definición operacional

La variable se midió a través de un cuestionario, que será aplicado al gerente y contador y una guía de análisis documental.

Dimensión: Elementos del costo

Indicadores: Materia prima, mano de obra y gastos indirectos de fabricación.

Costos de servicios

Dimensión: Costos del servicio

Indicadores: Costos fijos, costos variables y costos indirectos

Escala de medición: Ordinal de tipo Likert

Variable 2

Rentabilidad

a. Definición Conceptual

Según Gutiérrez y Tapia (2020) caracteriza la rentabilidad como una proporción de efectividad que se suma para conocer el beneficio de lo que se ha aportado, después de hacer una progresión de ejercicios; igualmente, se conecta con las operaciones de las ventas, los recursos de la junta y el activo aportado por los propietarios o asociados, creando liquidez y solvencia más adelante.

b. Definición operacional

La variable se midió a través de un cuestionario, que será aplicado al gerente y contador y una guía de análisis documental.

Dimensión: Rentabilidad financiera

Indicadores: Rendimiento sobre activo (ROA) y Rendimiento sobre patrimonio (ROE)

Dimensión: Rentabilidad económica

Indicadores: Rendimiento sobre los resultados

Dimensión: Ratios de rentabilidad

Indicadores: Rendimiento del capital, Margen de utilidad bruta y operativa y Margen de utilidad neta.

Escala de medición: Ordinal de tipo Likert

3.3 Población, muestra y muestreo

3.3.1 Población

La población es conceptualizada como el grupo conformado por componentes, pueden ser individuos o elementos que tienen una etiqueta habitual según los criterios establecidos por el especialista. En la investigación desarrollada, la población de estudio se encontraba conformada por la totalidad de trabajadores del área de administración y de contabilidad, pertenecientes a la Empresa de Transporte y Turismo Wayra E.I.R.L.

3.3.2 Muestra

Según Hernández & Mendoza, (2018) es la agrupación concreta de la que se obtiene la información. El tamaño de la muestra es siempre más reducido que el de la población total. Para la investigación, la muestra estuvo conformada por 40 trabajadores del área administrativa y contable.

3.3.3 Muestreo

El muestreo son un ciclo utilizado en el examen de hechos en el que se toma un número predeterminado de observaciones de una población mayor. El sistema utilizado para tomar pruebas de una población mayor depende del tipo de investigación que se desarrolle (Arias J. , 2021). El muestreo aplicado será no probabilístico, es decir por conveniencia, debido a que se tomaron a todos los 40 trabajadores del área administrativa y contable.

3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

3.4.1 Técnicas

Se aplicó la encuesta para el estudio que es un medio que se dirige exclusivamente a los individuos y proporciona datos sobre sus puntos de vista, formas de comportamiento o discernimientos (Arias, 2020).

3.4.2 Instrumentos

Con respecto a los instrumentos de recolección de datos, se mantuvo en consideración en primer lugar al cuestionario, el cual consistente en una forma seguida, que contiene una serie organizada de interrogantes. Su nombre se deriva de la palabra latina *questionarius*, lo que significa "listado de interrogantes o preguntas" (Equipo editorial Etecé, 2021).

3.4.3 Validez y confiabilidad del instrumento

La validez del tema se realizó mediante un juicio de especialistas como "una evaluación informada que concierne a individuos con una base en el tema, que son vistos por otros como expertos calificados en el tema, y que pueden dar información, pruebas, opciones y evaluaciones". El instrumento será aprobado por especialistas en el punto planteado, teniendo en cuenta a dos tenedores de libros de actualidad y a un asesor especializado (Galicia et al., 2017, pág. 44)

La confiabilidad de instrumento fue determinado a través del cálculo del coeficiente alfa de Cronbach, tal como señala Hernández y Mendoza (2018), el rango del coeficiente va entre 0 y 1, lo que demostrará si el instrumento del estudio es fiable para su aplicación (Santos, 2017).

Tabla 1

Niveles de coeficientes de confiabilidad de Alfa de Cronbach.

Coeficiente de Confiabilidad	
Rangos	Magnitud
0.81 a 1.00	Muy alta
0.61 a 0.80	Alta
0.41 a 0.60	Moderada
0.21 a 0.40	Baja
0.01 a 0.20	Muy baja

Fuente: Santos (2017)

De acuerdo a la tabla presentada, el instrumento aplicado presenta una confiabilidad muy para la variable costo de ventas con un Alfa de Cronbach de 0,865 y para la variable rentabilidad un Alfa de Cronbach de 0,863.

3.5 Procedimientos

Para la revisión actual, seguimos detallando el objetivo general y los objetivos específicos; además, consideramos realizar la prueba de revisión que está compuesta por el directivo y el contable general, una encuesta sobre el gasto de las ventas y lo que significa para la rentabilidad, se recogerán datos significativos para el punto de exploración; asimismo, se terminará la mejora de los instrumentos de surtido de información, por ejemplo, encuestas y guías de revisión de datos.

3.6 Método de análisis de datos

Para el manejo de la información, se creó una encuesta organizada con un cuestionario, centrado en los factores en estudio, para averiguar la conexión entre ellos. En este sentido, se utilizará el programa estadístico IBM SPSS Statistics 25 para clasificar los resultados obtenidos, que se presentarán en

tablas que corroboren la conexión entre los dos factores. Cada tabla se examinará en su totalidad con la intención de mostrar un resultado inteligible y único que mantenga los objetivos expresados.

A su vez, se solicitará la información que será de útil para el análisis documental y ayudará a determinar los factures influyentes en las variables de estudio

3.7 Aspectos éticos

La investigación planteada en el presente trabajo, se rigió por criterios y lineamientos del código de ética en investigación de la Universidad Privada César Vallejo.

Asimismo, la indagación realizada tuvo el compromiso de cumplir con la normativa de las ciencias contables que son indispensables para orientar el crecimiento del aspecto empresarial. Espinoza (2021).

Por último, la investigación tuvo presente la autenticidad de la ejecución del estudio, evitando el elevado índice de turnitin para respetar la autoría y la propiedad privada, citando de manera adecuada las fuentes en consulta con el formato APA 7ma edición.

IV. RESULTADOS

A continuación se presentan los siguientes resultados descriptivos basados en las respuestas recopiladas por el cuestionario.

Tabla 2

Nivel del Costo de Ventas y la Rentabilidad

		Nivel de la variable Rentabilidad			Total	
		Bajo	Medio	Alto		
Nivel de la variable Costo de Ventas	Bajo	Recuento	12	0	3	15
		% del total	30,0%	0,0%	7,5%	37,5%
	Medio	Recuento	2	8	2	12
		% del total	5,0%	20,0%	5,0%	30,0%
	Alto	Recuento	0	5	8	13
		% del total	0,0%	12,5%	20,0%	32,5%
	Total	Recuento	14	13	13	40
		% del total	35,0%	32,5%	32,5%	100,0%

Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

En la tabla se puede apreciar que el nivel de la variable costo de ventas en comparación con la variable rentabilidad tienen un nivel bajo con un 30%, seguidamente ambas variables presentan del mismo modo un 20% para el nivel medio, además, ambas variables presentan un nivel alto en un 20%.

Tabla 3*Nivel de Costo de Ventas con rentabilidad financiera*

		Nivel de la dimensión rentabilidad financiera			Total	
		Bajo	Medio	Alto		
Nivel de la variable Costo de Ventas	Bajo	Recuento	10	2	3	15
		% del total	25,0%	5,0%	7,5%	37,5%
	Medio	Recuento	2	8	2	12
		% del total	5,0%	20,0%	5,0%	30,0%
	Alto	Recuento	3	6	4	13
		% del total	7,5%	15,0%	10,0%	32,5%
Total	Recuento	15	16	9	40	
	% del total	37,5%	40,0%	22,5%	100,0%	

Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

En relación al nivel de costo de venta con la dimensión rentabilidad financiera, la mayor parte del porcentaje se centra en el nivel bajo para ambas variables, con un 25%; seguidamente se encuentran en un nivel medio con un 20% y en un nivel alto en un 10%.

Tabla 4*Nivel de Costo de Ventas con rentabilidad económica*

			Nivel de la dimensión rentabilidad económica			Total
			Bajo	Medio	Alto	
Nivel de la variable Costo de Ventas	Bajo	Recuento	12	0	3	15
		% del total	30,0%	0,0%	7,5%	37,5%
	Medio	Recuento	6	5	1	12
		% del total	15,0%	12,5%	2,5%	30,0%
	Alto	Recuento	2	2	9	13
		% del total	5,0%	5,0%	22,5%	32,5%
Total		Recuento	20	7	13	40
		% del total	50,0%	17,5%	32,5%	100,0%

Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

Con respecto al nivel de costo de venta con la dimensión rentabilidad económica, el mayor porcentaje se centra en el nivel bajo para ambas variables, con un 30%; seguidamente se encuentran en un nivel medio con un 12,5% y en un nivel alto en un 22,5%.

Tabla 5*Nivel de Costo de Ventas con ratios de rentabilidad*

			Nivel de la dimensión ratios de rentabilidad			Total
			Bajo	Medio	Alto	
Nivel de la variable Costo de Ventas	Bajo	Recuento	11	1	3	15
		% del total	27,5%	2,5%	7,5%	37,5%
	Medio	Recuento	3	9	0	12
		% del total	7,5%	22,5%	0,0%	30,0%
	Alto	Recuento	0	7	6	13
		% del total	0,0%	17,5%	15,0%	32,5%
Total		Recuento	14	17	9	40
		% del total	35,0%	42,5%	22,5%	100,0%

Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

Finalmente, el nivel de costo de venta con la dimensión ratios de rentabilidad, el mayor porcentaje se centra en el nivel bajo para ambas variables, con un 27,5%; seguidamente se encuentran en un nivel medio con un 22,5% y en un nivel alto en un 15%.

Prueba General

H0: El costo de venta no se relaciona significativamente con la rentabilidad de la Empresa de Transporte y Turismo Wayra E.I.R.L., Juliaca, 2021.

Ha: El costo de venta se relaciona significativamente con la rentabilidad de la Empresa de Transporte y Turismo Wayra E.I.R.L., Juliaca, 2021.

Tabla 6

Relación entre el costo de ventas con la rentabilidad

		Costo de ventas	Rentabilidad
Tau_b de Kendall		Coefficiente de correlación	,476**
	Costo de ventas	Sig. (bilateral)	0,000
		N	40
		Coefficiente de correlación	,476**
	Rentabilidad	Sig. (bilateral)	0,000
		N	40

Fuente: Elaboración propia

El cuadro de correlación de Tau b de Kendall entre la variable costo de ventas con la variable rentabilidad, demuestra que el coeficiente de correlación entre las variables es de 0,476 lo cual muestra una relación directa y moderada entre las variables; además, la relación es significativa con un grado de correlación de 0,000; lo cual es menor a 0,05 y por lo tanto es aceptada la hipótesis alterna la cual indica que el costo de venta se encontraba relacionada de forma significativa con la rentabilidad de la Empresa de Transporte y Turismo Wayra E.I.R.L., Juliaca, 2021.

Hipótesis específicas

H0: El costo de venta no se relaciona significativamente con la rentabilidad financiera de la Empresa de Transporte y Turismo Wayra E.I.R.L., Juliaca, 2021.

Ha: El costo de venta se relaciona significativamente con la rentabilidad financiera de la Empresa de Transporte y Turismo Wayra E.I.R.L., Juliaca, 2021.

Tabla 7

Relación entre el costo de ventas con la rentabilidad financiera

		Costo de ventas	Rentabilidad financiera
Tau_b de Kendall	Coeficiente de correlación	1,000	,301*
	Costo de ventas	Sig. (bilateral)	0,014
	N	40	40
	Coeficiente de correlación	,301*	1,000
Rentabilidad financiera	Sig. (bilateral)	0.014	
	N	40	40

Fuente: Elaboración propia

El cuadro de correlación de Tau b de Kendall entre la variable costo de ventas con la variable rentabilidad financiera, demuestra que el coeficiente de correlación entre las variables es de 0,301 lo cual muestra una relación directa y baja entre las variables; además, la relación resulto ser significativa con un nivel de correlación de 0,014; llegando a un número menor a 0,05 y por lo tanto se acepta la hipótesis alterna la cual indica que el costo de venta se encontraba relacionada significativamente con la rentabilidad financiera de la Empresa de Transporte y Turismo Wayra E.I.R.L., Juliaca, 2021.

H0: El costo de venta no se relaciona significativamente con la rentabilidad económica de la Empresa de Transporte y Turismo Wayra E.I.R.L., Juliaca, 2021.

Ha: El costo de venta se relaciona significativamente con la rentabilidad económica de la Empresa de Transporte y Turismo Wayra E.I.R.L., Juliaca, 2021.

Tabla 8

Relación entre el costo de ventas con la rentabilidad económica

		Costo de ventas	Rentabilidad económica
Tau_b de Kendall	Coeficiente de correlación	1,000	,550**
	Costo de ventas	Sig. (bilateral)	0,000
	N	40	40
	Coeficiente de correlación	,550**	1,000
Rentabilidad económica	Sig. (bilateral)	0,000	
	N	40	40

Fuente: Elaboración propia

El cuadro de correlación de Tau b de Kendall entre la variable costo de ventas con la variable rentabilidad económica, demuestra que el coeficiente de correlación entre las variables es de 0,550 lo cual muestra una relación directa y moderada entre las variables; además, la relación es significativa con un nivel de correlación de 0,000; resultando menor a 0,05; en conclusión se acepta la hipótesis alterna la cual indica que el costo de venta se relaciona significativamente con la rentabilidad económica de la Empresa de Transporte y Turismo Wayra E.I.R.L., Juliaca, 2021.

H0: El costo de venta no se relaciona significativamente con los ratios de rentabilidad de la Empresa de Transporte y Turismo Wayra E.I.R.L., Juliaca, 2021.

Ha: El costo de venta se relaciona significativamente con los ratios de rentabilidad de la Empresa de Transporte y Turismo Wayra E.I.R.L., Juliaca, 2021.

Tabla 9

Relación entre el costo de ventas con los ratios de rentabilidad

			Costo de ventas	Ratios de rentabilidad
Tau_b de Kendall	Costo de ventas	Coeficiente de correlación	1,000	,440**
		Sig. (bilateral)		0.000
	Ratios de rentabilidad	N	40	40
		Coeficiente de correlación	,440**	1,000
		Sig. (bilateral)	0,000	
		N	40	40

Fuente: Elaboración propia

Por último, el cuadro de correlación de Tau b de Kendall entre la variable costo de ventas con la variable ratios de rentabilidad, muestra que el coeficiente de correlación entre las variables es de 0,440 lo cual muestra una relación directa y moderada entre las variables; además, la relación es significativa con un nivel de correlación de 0,000; lo cual es menor a 0,05 y por lo tanto se acepta la hipótesis alterna la cual indica que el costo de venta se relaciona significativamente con los ratios de rentabilidad de la Empresa de Transporte y Turismo Wayra E.I.R.L., Juliaca, 2021.

V. DISCUSIÓN

Respecto al objetivo general, por lo cual se puede afirmar que el costo de venta se relaciona significativamente con la rentabilidad de la Empresa de Transporte y Turismo Wayra E.I.R.L., Juliaca, 2021; esto se sustenta en los resultados mostraron que la variable costo de ventas si logró una relación significativa con la variable rentabilidad de 0,476; además se relaciona significativamente (Sig. 0,000) con la rentabilidad, esto quiere decir que el costo de ventas se relaciona moderadamente con la rentabilidad en un 47.6%. Los resultados obtenidos concuerdan con Bobadilla (2020) quien sostuvo una relación existente y significativa entre el costo de ventas y la rentabilidad (con un coeficiente de correlación de 0,782); demostrando que existe una relación muy fuerte entre ambas variables tomadas en cuenta por el autor. Si bien en el estudio presentado no se halló la correlación entre ambas variables, se llegó a determinar como el costo de venta se relaciona directa y significativamente con la rentabilidad, con un coeficiente Tau b de Kendall de 0;476 lo cual concuerda con la del autor antes mencionado en cuanto a la significancia, más no en la fuerza de la correlación. Como se ha venido evidenciando el costo de ventas juega un rol importante en la rentabilidad, puesto que guarda una relación de 0,476 con la rentabilidad. Los resultados también coinciden con Mostacero (2020) quién también halló una relación entre las variables, obteniendo como coeficiente de correlación un 0,813 entre los costos de venta y la rentabilidad lo cual reafirma con lo mencionado por Bobadilla (2020). Asimismo, Castillo (2018) llegó también a los mismos resultados, en la que halló que la relación entre costo y rentabilidad en referencia a la prestación de servicios educativos fue significativa, resultado que concuerda con los hallazgos de estudio puesto que se halló un nivel de significancia de 0,000. Por último, los resultados presentados concuerdan de igual forma con Huanca y Quispe (2022) quienes afirmaron hallar una correlación moderada de 0,668 entre ambas variables. A comparación de los otros investigadores este autor halló una correlación un poco más baja a la de sus homólogos, puesto que el nivel de correlación de los otros autores resultó alto; no obstante, las del presente estudio resultaron moderadas de igual forma. Estos resultados también concuerdan con Filio y

Fernández (2018) quien tras realizar su investigación llegó a la conclusión de que los costos de comercialización fueron muy elevados, afectando a la rentabilidad de la empresa; esto se debió principalmente por el bajo nivel de optimización en los costos, lo cual conllevó a que la rentabilidad se mermará por el alto nivel de costos. En base a lo descrito previamente, es esencial que las organizaciones conozcan sus costos y como estos se relacionan con su rentabilidad y sobre todo con que fuerza se relacionan, puesto que el mal manejo de los costos pueden reducir los márgenes de rentabilidad en una organización y no solo revisarlos cuando la rentabilidad esté llegando a niveles bajos, sino también cuando la rentabilidad sea buena, puesto que conociendo las causas se pueden aplicar estrategias gerenciales que permitan mantener altos márgenes de rentabilidad en cualquier momento (ya sea bueno o malo) por el que atraviese la empresa.

Conforme al objetivo específico 1: Determinar la relación del costo de ventas con la rentabilidad financiera de la Empresa de Transporte y Turismo Wayra E.I.R.L., Juliaca, 2021. Los resultados mostraron que la variable costo de ventas tiene una relación causal con la dimensión rentabilidad financiera de 0,301; además se relaciona significativamente (0,000) en la rentabilidad financiera. Existen autores que abordan el costo de ventas y la rentabilidad desde un punto de vista más financiero que estadístico, como es el caso de Ochoa (2018) el cual halló que el total de activos (con un monto que asciende a 127 252.34 USD) de la empresa en donde se realizó el estudio al 31 de diciembre del 2015, fue mayor al pasivo (con un monto que asciende a 57 606.95 USD). Estos resultados reflejan el mal manejo financiero de la empresa, puesto que la empresa se está endeudando mucho más de lo que sus activos le generan, mermando posiblemente su rentabilidad y dificultando su capacidad de obtener liquidez. Además, se pudo obtener que el alto costo de mantener los inventarios en bodegas ocasiona un alto costo a la empresa, el costo de ventas que maneja la empresa es de 145 325 USD. Si bien se evidencia la relación del costo de ventas en la rentabilidad, es necesario mantener registro de todos los libros contables, y manejar un buen sistema de costos para analizar de mejor manera cómo los costos de ventas pueden perjudicar la

rentabilidad de las empresas. Por tal motivo que Ochoa (2018) afirmaba que en la empresa donde realizó la investigación utilizaban un sistema de costos tradicional en la que no tomaron en consideración los costos en función a las actividades relacionadas con los costos indirectos, y es por ello, que el autor concluyó indicando que se debe utilizar de preferencia el sistema de costos ABC buscando obtener el costo más preciso posible.

Conforme al objetivo específico 2: Determinar la influencia del costo de ventas en la rentabilidad económica de la Empresa de Transporte y Turismo Wayra E.I.R.L., Juliaca, 2021. Los resultados mostraron que la variable costo de ventas tiene una relación directa con la dimensión rentabilidad económica de 0,550; además los resultados demostraron ser significativos (0,000) con la rentabilidad económica. Lo descrito en el último apartado tiene relación con López y Sierra (2019) quienes afirmaron que la rentabilidad del activo más bajo fue de apenas 1,80% y la del patrimonio fue de 1,40%, mientras que el nivel más alto de deudas fue de 37,97; por tal motivo es necesario conocer la rentabilidad y la empresa, y su nivel de endeudamiento (lo cual puede ser provocado por altos costos en la producción de sus productos o en la entrega de servicios) puesto que como se evidenció en el presente trabajo, la rentabilidad económica tiene una relación directa con los costos de ventas con un nivel de correlación de 0,550 y una significancia estadística de 0,000. Así mismo, a nivel general López y Sierra (2019) no encontraron relación directa con la rentabilidad de del activo y del patrimonio, con estos resultados afirman que las empresas dependen de diversos factores, motivo por el cual la decisión de financiación no resulta significativa en el resultado de la rentabilidad. Cabe mencionar también que los resultados financieros difícilmente se pueden predecir y por ende, estos no guardan asociación alguna con otras variables como el nivel de endeudamiento, la rentabilidad del activo y del patrimonio.

Conforme al objetivo específico 3: Determinar la relación del costo de ventas con los ratios de rentabilidad de la Empresa de Transporte y Turismo Wayra E.I.R.L., Juliaca, 2021. Los resultados mostraron que la variable costo de ventas tiene una relación directa con la dimensión ratios de rentabilidad de 0,440; además es estadísticamente significativa (0,000) con las ratios de

rentabilidad. Por último, es importante para la empresa, conocer el sistema financiero de la misma, teniendo en consideración que esto se logra a través de los ratios de rentabilidad, los cuales ayudan a determinar el estado financiero en una determinada situación de una empresa, para que de esta manera se puede prevenir algunas situaciones de riesgo. Por tanto Huamani (2020) concluyó que cuando una empresa no mantiene un sistema de costos adecuado y los costos indirectos de fabricación son dudosos, dificulta el cálculo para los costos de producción total y unitario, debido a que los resultados que se obtengan no serán reales, es por ello que en el presente estudio se halló también que los costos de venta influye en los ratios de rentabilidad y por ende, sino se conocen exactamente los costos de venta, mucho menos se conocerán los costos indirectos de fabricación. En base a lo antes mencionado, determinó que la rentabilidad sobre los activos, la rentabilidad sobre el capital, el margen de utilidad bruta y el margen de utilidad neta fueron los indicadores que se evaluaron para determinar si los costos influían en los ratios financieros en el 2017, en las que se obtuvo como resultados un 36.16%, 36.27% en rentabilidad sobre activos y de capital respectivamente; y por otro lado obtuvo S/0.37 y S/0.35 en el margen de utilidad bruta y neta respectivamente.

VI. CONCLUSIONES

1. Como conclusión general, se afirma que el costo de venta se relaciona con la rentabilidad de la Empresa de Transporte y Turismo Wayra E.I.R.L., Juliaca en el 2021, debido a que ésta tiene un coeficiente de correlación de 0,476 en la rentabilidad, además cabe mencionar que el costo de venta es solo una parte de todos los costos que maneja la empresa, sin embargo, al ser del rubro de transporte el costo de venta es uno de los principales para llevar a cabo el servicio de transporte.
2. Se llegó a la conclusión de que el costo de ventas se relaciona con la rentabilidad financiera de la Empresa de Transporte y Turismo Wayra E.I.R.L., Juliaca en el 2021, puesto que tiene un coeficiente de correlación con la rentabilidad financiera de 0,301; lo cual implica relación de igual forma con el rendimiento sobre el activo (ROA) y el rendimiento sobre el patrimonio (ROE).
3. Se concluye que el costo de ventas se relaciona en la rentabilidad económica de la Empresa de Transporte y Turismo Wayra E.I.R.L., Juliaca en el 2021, puesto que presentó un coeficiente de correlación de 0,550 con la rentabilidad económica, lo cual se relaciona a su vez en el rendimiento sobre resultados (ROS).
4. En conclusión, el costo de ventas se relaciona en los ratios de rentabilidad de la Empresa de Transporte y Turismo Wayra E.I.R.L., Juliaca en el 2021. Asimismo, el costo de ventas se relaciona con un coeficiente de correlación de 0,440 con las ratios de rendimiento del capital, margen de utilidad bruta y operativa y el margen de utilidad neta.

VII. RECOMENDACIONES

1. Se recomienda a la empresa Transporte y Turismo Wayra E.I.R.L. mejorar la gestión en costos de venta para incrementar la rentabilidad en su servicio de transporte, de esta manera podrá obtener mayores ganancias para implementarlo en una nueva flota de vehículos que les permitan expandirse y crecer como empresa.
2. Se recomienda al área contable de la empresa Transporte y Turismo Wayra E.I.R.L. mantener vigilados los ratios de rentabilidad financiera, para que de esta forma maximizar la rentabilidad sobre los activos y sobre el patrimonio.
3. Se recomienda al área contable de la empresa Transporte y Turismo Wayra E.I.R.L. mantener altos los márgenes de rentabilidad económica ya que estos presentaron un coeficiente de correlación más altos con relación a la rentabilidad, además se sugiere incrementar dicho ratio ya que afecta directamente al rendimiento sobre resultados.
4. Finalmente, se recomienda al área administrativa de la empresa Transporte y Turismo Wayra E.I.R.L. evaluar periódicamente los ratios de rentabilidad de la empresa, para conocer el comportamiento financiero de la misma y mantener buenos estándares en el rendimiento de capital, margen de utilidad bruta y operativa y el margen de utilidad neta.

REFERENCIAS

- Apaza, E., Salazar, E., & Lazo, M. (2020). Apalancamiento y rentabilidad: caso de estudio en una empresa textil peruana. *Revista De Investigación Valor Contable.*, 6(1), 10-16. Obtenido de https://revistas.upeu.edu.pe/index.php/ri_vc/article/view/1253/1597
- Arias, J. (2021). *Diseño y metodología de la Investigación*. Lima, Perú: Biblioteca Nacional del Perú. Obtenido de https://repositorio.concytec.gob.pe/bitstream/20.500.12390/2260/1/Arias-Covinos-Dise%C3%B1o_y_metodologia_de_la_investigacion.pdf
- Arias, J. L. (2020). *Guía para la elaboración*. Obtenido de <https://www.studocu.com/co/document/universidad-del-valle-colombia/comprencion-y-produccion-de-textos-examen/arias-gonzales-proyecto-de-tesis-libro/13566353>
- Bobadilla, C. (2020). *Costo de ventas y la rentabilidad de la empresa CORPORACIÓN NIGASA S.A.C año 2020*. [Tesis de pregrado, Universidad César Vallejo]. Obtenido de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/60125/Bobadilla_VCA-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Casamayou, E. (Mayo-agosto de 2019). Efecto de la rentabilidad financiera y operativa en el precio de las acciones de las empresas industriales. *Quipukamayoc*, 27(54), 66-72. Obtenido de <https://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/quipu/article/view/16484/14228>
- Castillo, I. (2018). *Relación de costo y rentabilidad en prestación de servicios educativos de las instituciones educativas particulares ceba de la Ciudad de Juliaca periodo 2015-2016*. [Tesis de pregrado, Universidad Andina Nestor Cáceres Velásquez]. Obtenido de http://repositorio.uancv.edu.pe/bitstream/handle/UANCV/1415/T036_70048673.PDF?sequence=3&isAllowed=y
- CERTUS. (20 de Marzo de 2020). *Descubre los principales tipos de costo en una empresa*. Obtenido de CERTUS: <https://www.certus.edu.pe/blog/tipos-costo-empresa/>

- CEUPE. (2022). *Elementos del coste de producción*. Obtenido de CEUPE Magazine: <https://www.ceupe.com/blog/elementos-del-coste-de-produccion.html>
- Correa, D., & Martínez, L. (2018). Los indicadores de costos: una herramienta para gestionar la generación de valor en las empresas industriales colombianas. *Revista Estudios Generales*, 34(147), 190-199. Obtenido de <https://doi.org/10.18046/j.estger.2018.147.2643>
- Correa, N. (2018). *Planeamiento Tributario y Rentabilidad en la Empresa Inversiones Heilly E. I. R. L- Puente Piedra 2017*. Lima-Perú: Universidad César Vallejo. Obtenido de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/23702/Correa_GNR.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Editorial Grudemi. (Agosto de 2019). *Materia prima*. Obtenido de Enciclopedia Económica: <https://enciclopediaeconomica.com/materia-prima/>
- Enrique, E., Mamani, J., & Mendoza, S. (2019). *El costo de venta y la utilidad en la línea comercial de laboratorio en la empresa Proyectos Pesacon S.A.C*. Callao - Perú: Universidad Nacional del Callao. Obtenido de <http://repositorio.unac.edu.pe/bitstream/handle/UNAC/4514/TESIS%20FINAL%20MAMANI%20MENDOZA%20ENRIQUE%20%281%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Equip editorial, Etecé. (05 de Agosto de 2021). *Cuestionarui*. Obtenido de <https://concepto.de/cuestionario/>
- Espinoza, E. (2021). Ensayo sobre la importancia de la ética en la labor del contador público en tiempo de pandemia. *593 Digital Publisher CEIT*, 6(6), 611-625. Obtenido de <https://doi.org/10.33386/593dp.2021.6.701>
- Filio, D., & Fernández, N. (2018). *Los Costos y su Incidencia en la Rentabilidad de la empresa "Claro - Doble S Comunicaciones S.R.L." en la ciudad de Huancayo - año 2016*. [Tesis de pregrado, Universidad Peruana Los Andes]. Obtenido de <http://www.repositorio.upla.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12848/704/TESIS%20FINAL.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Galicia, L., Balderrama, J., & Edel, R. (2017). Validez de contenido por juicio de expertos: propuesta de una herramienta virtual. *Apertura (Guadalajara, Jal.)*,

- 9(2), 42-53. Obtenido de <http://www.scielo.org.mx/pdf/apertura/v9n2/2007-1094-apertura-9-02-00042.pdf>
- García. (1 de Diciembre de 2017). *Definición de Margen de utilidad*. Obtenido de Economía simple: <https://www.economiasimple.net/glosario/margen-de-utilidad#:~:text=El%20significado%20de%20margen%20de,en%20la%20plാനificaci%3%B3n%20del%20negocio>.
- Gómez. (2022). *La contabilidad de costos: conceptos, importancia, clasificación y su relación con la empresa*. Obtenido de Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas: <https://www.aeca.es/old/buscador/infoaeca/articulosespecializados/pdf/auditoria/pdfcontabilidad/16.pdf>
- Gonzales, W., & Vidal, D. (2018). *Evaluación de los Costos de Producción y su incidencia en la Rentabilidad del Periodo 2016 y 2017 de la empresa "T & Q 21 SAC"*. [Tesis de pregrado, Universidad Cesar Vallejo]. Obtenido de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/29685/Gonzales_MWR-Vidal_LDD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Gutiérrez, J., & Tapia, J. (2020). Liquidez y rentabilidad. Una revisión conceptual y sus dimensiones. *Revista De Investigación Valor Contable.*, 3(1), 14-30. Obtenido de https://revistas.upeu.edu.pe/index.php/ri_vc/article/view/1229/1573
- Hernandez, R., & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la Investigación las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. McGraw-Hill.
- Huamani, A. (2020). *Determinación del costo de producción y rentabilidad de la fabricación de hornillas a gas modelo selecto en la ciudad de Juliaca, periodos 2016 - 2017*. [Tesis de pregrado, Universidad Nacional del Altiplano]. Obtenido de http://repositorio.unap.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/11849/Huamani_Quispe_Araceli_Nohemi.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Huanca, M., & Quispe, F. (2022). *Costo de Ventas y la Rentabilidad en la empresa Inversiones Avisur S.R.L., San Román – Juliaca, 2021*. [Tesis de pregrado, Universidad César Vallejo]. Obtenido de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/87040/Huanc_a_HMW-Quispe_LFS-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Janampa, G. (2021). Análisis del rendimiento de mano de obra en las partidas tarrajeo de muros interiores y cielorraso, y su influencia en los costos reales de ejecución, en la construcción del Colegio Integrado Puerto Yurinaki - Perené. (*Tesis de grado*). Universidad Continental, Huancayo.
- Latinoamericano, S. e. (15 de Marzo de 2022). *Precio de los combustibles aumentó en América Latina como consecuencia de las sanciones internacionales tras la operación militar rusa en Ucrania*. Obtenido de <http://www.sela.org/es/prensa/servicio-informativo/20220315/si/79279/combustible>
- Llamas, J. (4 de Mayo de 2020). *Costos indirectos de fabricación*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/costos-indirectos-de-fabricacion.html>
- López, J., & Sierra, V. (2019). Análisis del impacto del nivel de endeudamiento en la rentabilidad. *Brazilian Journals of Business*, 1(4), 1534-1553. Obtenido de <https://www.brazilianjournals.com/index.php/BJB/article/view/4217/3976>
- Martínez, H., Prieto, R., Hernández, L., Portillo, R., & Logreira, J. (2017). Desempeño financiero de las pequeñas y medianas empresas exportadoras de Barranquilla, Colombia. *Revista espacios*, 38(53), 9-16. Obtenido de <https://www.revistaespacios.com/a17v38n53/17385316.html>
- Millones, M. (2020). *Rentabilidad de la empresa Big Bag Perú S.A.C., La Victoria*. Pimentel - Perú: Universidad Señor de Sipán. Obtenido de <https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/6762/Millones%20S%C3%A1nchez%20Magali%20Medalid.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Mostacero, R. (2020). *Influencia de los costos de venta en la rentabilidad de la empresa Compañía Agro Industrial de la Sal E.I.R.L., Chiclayo*. [Tesis de pregrado, Universidad César Vallejo]. Obtenido de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/53307/Mostacero_DRB-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Ochoa, M. (2018). El Efecto de la rentabilidad basado en el costo de venta. *Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana*, 1-6. Obtenido de <https://www.eumed.net/rev/oel/2018/06/rentabilidad-costo-venta.zip>

- Ortega, E. (2020). *La auditoría tributaria y su incidencia en la rentabilidad de la empresa Hydrodrill Service S.A., Miraflores, 2018*. Lima-Perú: Universidad Privada del Norte. Obtenido de <https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/24805/OrtegaSalinas%2c%20Estefany.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Paez, A. (2018). Grado de importancia de las finanzas y costos en el sector empresarial. *Industrial Data*, 21(2), 101-110. Obtenido de <https://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/idata/article/view/15609/13382>
- Reveles, R. (2019). *Análisis de los elementos del costo*. Editorial IMCP. Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?id=5pGpDwAAQBAJ&pg=PT45&dq=costo+de+ventas&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwj4057s2MbsAhUFGLkGHYS0B88Q6AEwAXoECAUQA#v=onepage&q=costo%20de%20ventas&f=false>
- Reveles, R. (2019). *Análisis de los elementos del costo*. Universidad de Guadalajara. Obtenido de <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=5pGpDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT13&dq=costo+de+ventas&ots=c-5ikogUs2&sig=tqSJ3Srylajk7MWwV2DZ7xmfMrs#v=onepage&q=costo%20de%20ventas&f=false>
- Roldán, N. (Enero de 3 de 2019). *Ratios de rentabilidad*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/ratios-de-rentabilidad.html>
- RPP Noticias. (22 de Marzo de 2022). *Pasajes de transporte interprovincial subirían hasta 25% por alza de precios de combustibles*. Obtenido de <https://rpp.pe/economia/economia/pasajes-de-transporte-interprovincial-subirian-hasta-25-por-alza-de-precios-de-combustibles-noticia-1394426#:~:text=%E2%80%9CEn%20los%20%C3%BAltimos%20meses%20tres,Interprovincial%20de%20%C3%93mnibus%2C%20a%20RPP.>
- Santos, G. (2017). *Validez y confiabilidad del cuestionario de calidad de vida SF-36 en mujeres con LUPUS, Puebla*. Puebla: Benemérita Universidad Autónoma de Puebla. Obtenido de

- <https://www.fcfm.buap.mx/assets/docs/docencia/tesis/ma/GuadalupeSantosSanchez.pdf>
- Segura, M. (2019). Operaciones vinculadas y rentabilidad de la empresa A.Hatrod Perú S.A.C, 2016-2018. *INNOVA Research Journal*, 4(3), 74-84. Obtenido de <https://revistas.uide.edu.ec/index.php/innova/article/view/1022/1547>
- Silva, J. (2018). The Influence of Political Connections on the Cost of Capital and the Performance of Companies Listed on B3. *BBR. Brazilian*, 15(4), 317-330. Obtenido de <https://www.scielo.br/j/bbr/a/vCpW54g6XRsfbfSPQ5qkMqP/abstract/?lang=en>
- Skeep. (11 de Noviembre de 2021). *Costos de servicio*. Obtenido de Skeep: <https://skepp.com/es/informacion-de-alquiler/que-son-los-costos-de-servicio>
- Suto, F. (28 de Mayo de 2018). *Cómo se procura un retorno para los accionistas*. Obtenido de ESAN: <https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/como-se-procura-un-retorno-para-los-accionistas>
- Trujillo, E. (2 de Mayo de 2022). *Rendimientos de capital*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/rendimientos-de-capital.html>
- Westreicher, G. (8 de Octubre de 2018). *Análisis Dupont*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/analisis-dupont.html>
- Westreicher, G. (24 de Mayo de 2018). *Rentabilidad de los activos – ROA*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/rentabilidad-de-los-activos-roa.html>
- Westreicher, G. (25 de Julio de 2021). *Teoría de costos*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/teoria-de-costos.html>

ANEXOS

ANEXO 1: MATRIZ DE CONSISTENCIA

Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables	Dimensiones e indicadores	Metodología
¿De qué manera el costo de venta se relaciona con la rentabilidad de la Empresa de Transporte y Turismo Wayra E.I.R.L., Juliaca, 2021?	Determinar la relación del costo de venta con la rentabilidad de la Empresa de Transporte y Turismo Wayra E.I.R.L., Juliaca, 2021.	El costo de venta se relaciona significativamente con la rentabilidad de la Empresa de Transporte y Turismo Wayra E.I.R.L., Juliaca, 2021.	Variable 1 Costo de Ventas Variable 2 Rentabilidad	Elementos del costo - Materia prima - Mano de obra - Gastos indirectos de fabricación Costos de servicios - Costos fijos - Costos variables - Costos indirectos Dimensiones e indicadores Rentabilidad financiera - Rendimiento sobre activo (ROA) - Rendimiento sobre	Enfoque: <i>Cuantitativo</i> Tipo: <i>Básica</i> Diseño: <i>No experimental</i> Nivel: <i>Correlacional</i> Población: 40 <i>Trabajadores del área administrativa y contable de la Empresa de Transporte y Turismo Wayra E.I.R.L.</i> .
<i>Problemas específicos</i>	<i>Objetivos específicos</i>	<i>Hipótesis específicas</i>			
¿De qué manera el costo de venta se relaciona con la rentabilidad financiera de la Empresa de Transporte y Turismo Wayra E.I.R.L., Juliaca, 2021?	Determinar la relación del costo de ventas con la rentabilidad financiera de la Empresa de Transporte y Turismo Wayra E.I.R.L., Juliaca, 2021.	El costo de venta se relaciona significativamente con la rentabilidad financiera de la Empresa de Transporte y Turismo Wayra E.I.R.L., Juliaca, 2021.			
¿De qué manera el costo de venta se relaciona con la rentabilidad económica de la Empresa de Transporte y Turismo	Determinar la relación del costo de ventas con la rentabilidad económica de la Empresa de Transporte y Turismo	El costo de venta se relaciona significativamente con la rentabilidad económica de la Empresa de Transporte y Turismo Wayra E.I.R.L., Juliaca, 2021.			

<p>Wayra E.I.R.L., Juliaca, 2021? ¿De qué manera el costo de venta se relaciona los ratios de rentabilidad de la Empresa de Transporte y Turismo Wayra E.I.R.L., Juliaca, 2021?</p>	<p>Wayra E.I.R.L., Juliaca, 2021 Determinar la relación del costo de ventas con los ratios de rentabilidad de la Empresa de Transporte y Turismo Wayra E.I.R.L., Juliaca, 2021.</p>	<p>El costo de venta se relaciona significativamente con los ratios de rentabilidad de la Empresa de Transporte y Turismo Wayra E.I.R.L., Juliaca, 2021.</p>		<p>patrimonio (ROE) Rentabilidad económica - Rendimiento sobre los resultados (ROS) Ratios de rentabilidad - Rendimiento del capital - Margen de utilidad bruta y operativa - Margen de utilidad neta</p>	<p>Técnica: <i>Encuesta</i> Instrumento: <i>Cuestionario</i></p>
---	---	--	--	---	---

ANEXO 2: OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

Variables de estudio	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensión	Indicadores	Escala de medición
Costo de ventas	Costo de venta es un elemento que debe ser considerado al momento de determinar el impuesto a la renta, por tanto, sirve como determinante en la inspección de utilidades o perdidas como último resultado (Silva, 2018).	La variable se midió a través de un cuestionario, que será aplicado al sector contable y administrativo una guía de análisis documental.	Elementos del costo	Materia prima	Escala Ordinal de tipo Likert (1) Nunca (2) Casi nunca (3) A veces (4) Casi siempre (5) Siempre
				Mano de obra	
				Gastos indirectos de fabricación	
			Costos del servicio	Costos fijos	
				Costos variables	
				Costos indirectos	
Rentabilidad	Medida de eficiencia que contribuye a conocer el rendimiento de lo que se ha invertido, después de llevar a cabo una serie de actividades; del mismo modo, se encuentra relacionada con las operaciones de ventas, manejo de activos y el fondo aportado por los propietarios o socios, generando liquidez y solvencia en adelante (Gutiérrez y Tapia, 2020).	La variable se midió a través de un cuestionario, que será sector contable y administrativo y una guía de análisis documental.	Rentabilidad financiera	Rendimiento sobre activo (ROA)	Escala Ordinal de tipo Likert (1) Nunca (2) Casi nunca (3) A veces (4) Casi siempre (5) Siempre
				Rendimiento sobre patrimonio (ROE)	
			Rentabilidad económica	Rendimiento sobre los resultados (ROS)	
			Ratios de rentabilidad	Rendimiento del capital	
				Margen de utilidad bruta y operativa	
				Margen de utilidad neta	

ANEXO 3: ENCUESTA

El presente cuestionario tiene un total de 16 preguntas y busca conocer los aspectos relacionados a los costos de venta y rentabilidad. Solicito a usted colabore en el desarrollo de esta encuesta brindando su opinión respondiendo cada una de las preguntas. Para ello, debe marcar un "X" en recuadro que contenga su opinión.

Las opciones que podrá marcar según la escala son las siguientes:

Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca
5	4	3	2	1

N°	ÍTEMS - PREGUNTAS	ESCALA				
I	Variable: Costo de ventas	S	CS	A	CN	N
		5	4	3	2	1
1. Dimensión: Elementos del costo						
1	¿Considera que la variación de precio del combustible ha afectado a la empresa?					
2	¿Considera que el aumento de precio en materiales como repuestos para el mantenimiento de transporte ha afectado a la empresa?					
3	¿Cree usted que existe un adecuado costo de la mano de obra que vaya de acorde al movimiento de ventas en el transporte?					

2. Dimensión: Costos de servicios

4	¿La empresa mantiene constante los costos fijos en los que incurre de manera periódica?					
5	¿El nivel de costos fijos puede ser considerado como gasto cuando se presenten situaciones extraordinarias?					
6	¿Se evalúan las variaciones de los costos variables manteniéndose al nivel de actividades?					
7	¿Para usted es importante que los costos variables sean clasificados de los niveles de producción?					
8	¿La empresa cumple con el pago de las gratificaciones al personal?					
9	¿La empresa reconoce los gastos de viáticos de personal?					
II	Variable: Rentabilidad	S	CS	A	CN	N
		5	4	3	2	1

3. Dimensión: Rentabilidad financiera

10	¿Considera que la rentabilidad financiera se obtiene mediante los recursos propios de la empresa?					
11	¿Considera usted que la rentabilidad financiera es la que espera obtener la empresa?					
12	¿Considera que la rentabilidad financiera se obtiene mediante los recursos ajenos de la empresa?					

13	¿Cree usted que trabajar con recursos ajenos es más beneficioso para la empresa?						
4. Dimensión: Rentabilidad económica							
14	¿Considera usted que la rentabilidad económica se mide con los activos corrientes de la empresa?						
15	¿Cree usted que los activos corrientes de la empresa han mejorado en los últimos años de la empresa?						
16	¿Considera usted que la rentabilidad económica se mide con los activos no corrientes de la empresa?						
17	¿A su criterio, es importante que los activos no corrientes tengan una fecha establecida para ser activos no corrientes en la empresa?						
18	¿Es importante para la empresa que el precio de los pasajes se base según al mercado?						
5. Dimensión: Ratios de rentabilidad							
19	¿Cree usted que la gerencia emplea y/o evalúa los ratios financieros ante la toma de decisiones?						
20	¿El margen de contribución es una línea de rentabilidad muy importante para las empresas de transporte?						
21	¿Considera que la administración del capital de trabajo influye en la rentabilidad?						
22	¿Es importante para usted que la empresa aumente la rentabilidad año a año?						

ANEXO 4: VALIDACION DE INSTRUMENTO



VALIDACION DE INSTRUMENTO

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE: "Costo de ventas y su rentabilidad en la Empresa de Transporte y Turismo Wayra E.I.R.L., Juliaca. 2021."

N°	DIMENSIONES/ ÍTEMS	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
DIMENSION 1: ELEMENTOS DEL COSTO								
1	¿Considera que la variación de precio del combustible ha afectado a la empresa?	X		X		X		
2	¿Considera que el aumento de precio en materiales como repuestos para el mantenimiento de transporte ha afectado a la empresa?	X		X		X		
3	¿Cree usted que existe un adecuado costo de la mano de obra que vaya de acorde al movimiento de ventas en el transporte?	X		X		X		
DIMENSION 2: COSTOS DE SERVICIOS								
4	¿La empresa mantiene constante los costos fijos en los que incurre de manera periódica?	X		X		X		
5	¿El nivel de costos fijos puede ser considerado como gasto cuando se presenten situaciones extraordinarias?	X		X		X		
6	¿Se evalúan las variaciones de los costos variables manteniéndose al nivel de actividades?	X		X		X		
7	¿Para usted es importante que los costos variables sean clasificados de los niveles de producción?	X		X		X		
8	¿La empresa cumple con el pago de las gratificaciones al personal?	X		X		X		
9	¿La empresa reconoce los gastos de viáticos de personal?	X		X		X		
DIMENSION 3: RENTABILIDAD FINANCIERA								
10	¿Considera que la rentabilidad financiera se obtiene mediante los recursos propios de la empresa?	X		X		X		
11	¿Considera usted que la rentabilidad financiera es la que espera obtener la empresa?	X		X		X		
12	¿Considera que la rentabilidad financiera se obtiene mediante los recursos ajenos de la empresa?	X		X		X		
13	¿Cree usted que trabajar con recursos ajenos es más beneficioso para la empresa?	X		X		X		
DIMENSION 4: RENTABILIDAD ECONOMICA								
14	¿Considera usted que la rentabilidad económica se mide con los activos corrientes de la empresa?	X		X		X		
15	¿Cree usted que los activos corrientes de la empresa han mejorado en los últimos años de la empresa?	X		X		X		
16	¿Considera usted que la rentabilidad económica se mide con los activos no corrientes de la empresa?	X		X		X		
17	¿A su criterio, es importante que los activos no corrientes tengan una fecha establecida para ser activos no corrientes en la empresa?	X		X		X		
18	¿Es importante para la empresa que el precio de los pasajes se base según al mercado?	X		X		X		
DIMENSION 5: RATIOS DE RENTABILIDAD								
19	¿Cree usted que la gerencia emplea y/o evalúa los ratios financieros ante la toma de decisiones?	X		X		X		
20	¿El margen de contribución es una línea de rentabilidad muy importante para las empresas de transporte?	X		X		X		
21	¿Considera que la administración del capital de trabajo influye en la rentabilidad?	X		X		X		
22	¿Es importante para usted que la empresa aumente la rentabilidad año a año?	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): EXISTE SUFICIENCIA

Opinión de aplicabilidad: **Aplicable** **Aplicable después de corregir** [] **No aplicable** []

Apellidos y nombres del juez validador: TITO DIAZ DAVID DNI: 42116165 Especialidad del validador: PROYECTOS DE INV.

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o Dimensión específica del constructo

³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es Conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados

Son suficientes para medir la dimensión

22 de JULIO del 2022


David Tito Diaz
 ING. ECONOMISTA
 D.N. 169141

FIRMA

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE: "Costo de ventas y su rentabilidad en la Empresa de Transporte y Turismo Wayra E.I.R.L., Juliaca, 2021."

N°	DIMENSIONES/ ÍTEMS	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
DIMENSION 1: ELEMENTOS DEL COSTO								
1	¿Considera que la variación de precio del combustible ha afectado a la empresa?	X		X		X		
2	¿Considera que el aumento de precio en materiales como repuestos para el mantenimiento de transporte ha afectado a la empresa?	X		X		X		
3	¿Cree usted que existe un adecuado costo de la mano de obra que vaya de acorde al movimiento de ventas en el transporte?	X		X		X		
DIMENSION 2: COSTOS DE SERVICIOS								
4	¿La empresa mantiene constante los costos fijos en los que incurre de manera periódica?	X		X		X		
5	¿El nivel de costos fijos puede ser considerado como gasto cuando se presenten situaciones extraordinarias?	X		X		X		
6	¿Se evalúan las variaciones de los costos variables manteniéndose al nivel de actividades?	X		X		X		
7	¿Para usted es importante que los costos variables sean clasificados de los niveles de producción?	X		X		X		
8	¿La empresa cumple con el pago de las gratificaciones al personal?	X		X		X		
9	¿La empresa reconoce los gastos de viáticos de personal?	X		X		X		
DIMENSION 3: RENTABILIDAD FINANCIERA								
10	¿Considera que la rentabilidad financiera se obtiene mediante los recursos propios de la empresa?	X		X		X		
11	¿Considera usted que la rentabilidad financiera es la que espera obtener la empresa?	X		X		X		
12	¿Considera que la rentabilidad financiera se obtiene mediante los recursos ajenos de la empresa?	X		X		X		
13	¿Cree usted que trabajar con recursos ajenos es más beneficioso para la empresa?	X		X		X		
DIMENSION 4: RENTABILIDAD ECONOMICA								
14	¿Considera usted que la rentabilidad económica se mide con los activos corrientes de la empresa?	X		X		X		
15	¿Cree usted que los activos corrientes de la empresa han mejorado en los últimos años de la empresa?	X		X		X		
16	¿Considera usted que la rentabilidad económica se mide con los activos no corrientes de la empresa?	X		X		X		
17	¿A su criterio, es importante que los activos no corrientes tengan una fecha establecida para ser activos no corrientes en la empresa?	X		X		X		
18	¿Es importante para la empresa que el precio de los pasajes se base según al mercado?	X		X		X		
DIMENSION 5: RATIOS DE RENTABILIDAD								
19	¿Cree usted que la gerencia emplea y/o evalúa los ratios financieros ante la toma de decisiones?	X		X		X		
20	¿El margen de contribución es una línea de rentabilidad muy importante para las empresas de transporte?	X		X		X		
21	¿Considera que la administración del capital de trabajo influye en la rentabilidad?	X		X		X		
22	¿Es importante para usted que la empresa aumente la rentabilidad año a año?	X		X		X		

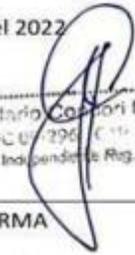
Observaciones (precisar si hay suficiencia): EXISTE SUFICIENCIA

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [X] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador: CONDORI MAMANI HILARIO DNI: 02385723 Especialidad del validador: CONTADOR

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o Dimensión específica del constructo
³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es Conciso, exacto y directo
Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados Son suficientes para medir la dimensión

20 de JULIO del 2022



Dr. Hilario Condori Mamani
 CPC 07/296 (11-2011)
 Auditor Independiente Reg. 035-Puno

FIRMA

VALIDACION DE INSTRUMENTO
CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE: "Costo de ventas y su rentabilidad en la Empresa de Transporte y Turismo Wayra E.I.R.L., Juliaca, 2021."

N°	DIMENSIONES/ ÍTEMS	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
DIMENSION 1: ELEMENTOS DEL COSTO								
1	¿Considera que la variación de precio del combustible ha afectado a la empresa?	X		X		X		
2	¿Considera que el aumento de precio en materiales como repuestos para el mantenimiento de transporte ha afectado a la empresa?	X		X		X		
3	¿Cree usted que existe un adecuado costo de la mano de obra que vaya de acorde al movimiento de ventas en el transporte?	X		X		X		
DIMENSION 2: COSTOS DE SERVICIOS								
4	¿La empresa mantiene constante los costos fijos en los que incurre de manera periódica?	X		X		X		
5	¿El nivel de costos fijos puede ser considerado como gasto cuando se presenten situaciones extraordinarias?	X		X		X		
6	¿Se evalúan las variaciones de los costos variables manteniéndose al nivel de actividades?	X		X		X		
7	¿Para usted es importante que los costos variables sean clasificados de los niveles de producción?	X		X		X		
8	¿La empresa cumple con el pago de las gratificaciones al personal?	X		X		X		
9	¿La empresa reconoce los gastos de viáticos de personal?	X		X		X		
DIMENSION 3: RENTABILIDAD FINANCIERA								
10	¿Considera que la rentabilidad financiera se obtiene mediante los recursos propios de la empresa?	X		X		X		
11	¿Considera usted que la rentabilidad financiera es la que espera obtener la empresa?	X		X		X		
12	¿Considera que la rentabilidad financiera se obtiene mediante los recursos ajenos de la empresa?	X		X		X		
13	¿Cree usted que trabajar con recursos ajenos es más beneficioso para la empresa?	X		X		X		
DIMENSION 4: RENTABILIDAD ECONOMICA								
14	¿Considera usted que la rentabilidad económica se mide con los activos corrientes de la empresa?	X		X		X		
15	¿Cree usted que los activos corrientes de la empresa han mejorado en los últimos años de la empresa?	X		X		X		
16	¿Considera usted que la rentabilidad económica se mide con los activos no corrientes de la empresa?	X		X		X		
17	¿A su criterio, es importante que los activos no corrientes tengan una fecha establecida para ser activos no corrientes en la empresa?	X		X		X		
18	¿Es importante para la empresa que el precio de los pasajes se base según al mercado?	X		X		X		
DIMENSION 5: RATIOS DE RENTABILIDAD								
19	¿Cree usted que la gerencia emplea y/o evalúa los ratios financieros ante la toma de decisiones?	X		X		X		
20	¿El margen de contribución es una línea de rentabilidad muy importante para las empresas de transporte?	X		X		X		
21	¿Considera que la administración del capital de trabajo influye en la rentabilidad?	X		X		X		
22	¿Es importante para usted que la empresa aumente la rentabilidad año a año?	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): EXISTE SUFICIENCIA

 Opinión de aplicabilidad: **Aplicable** [X] **Aplicable después de corregir** [] **No aplicable** []

 Apellidos y nombres del juez validador: MAMANI MAMANI JESUS DNI: 02425043 Especialidad del validador: Mg. CONTABILIDAD y F.
¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

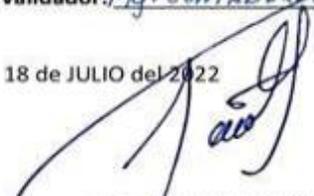
²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o Dimensión específica del constructo

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es Conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados

Son suficientes para medir la dimensión

18 de JULIO del 2022



 Mg. Jesús Mamani Mamani
 CONTADOR PÚBLICO COLEGIADO
 MAT. 419
 FIRMA

ANEXO 5: CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTO

Confiabilidad del instrumento

	ítems	Alfa de Cronbach
Instrumento de la variable costo de ventas	9	0,865
Instrumento de la variable rentabilidad	13	0,863
Instrumento en general	22	0,921

ANEXO 6: CONFIABILIDAD DE ALFA DE CRONBACH

Confiabilidad del instrumento para la variable costo de ventas

Análisis de fiabilidad

Escala: TODAS LAS VARIABLES

Resumen del procesamiento de los casos

		N	%
Casos	Válidos	20	100,0
	Excluidos	0	,0
	Total	20	100,0

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,863	9

Confiabilidad del instrumento para la variable rentabilidad

Escala: TODAS LAS VARIABLES

Resumen del procesamiento de los casos

		N	%
Casos	Válidos	20	100,0
	Excluidos	0	,0
	Total	20	100,0

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,861	13

ANEXO 8: SOLICITUD

SOLICITO: Permiso para realizar
Trabajo de investigación

SRTA ELSA VALEGROVA ZEA STEFANERO
CONTADORA DE LA EMPRESA DE TRANSPORTE Y TURISMO WAYRA
E.I.R.L

Yo, **VILCA SULCA EVELIN**,
identificada con DNI N° 73001826, con
domicilio JR. PACO Yunque S/N Mz3
LT2, Urbanización Santa Ana;
LLUTARI LAZARINOS MARIBEL Y.
DNI N° 75470717 con domicilio JR.
Deustua S/N Mz A-3 LT13,
Urbanización los rosales del distrito de
Juliaca. Ante usted respetuosamente
me presento y expongo:

Que habiendo culminado la carrera
profesional de **CONTABILIDAD** de la universidad andina Néstor Cáceres
Velásquez, solicito a usted permiso para realizar trabajo de investigación en su
institución sobre **"EL COSTO DE VENTA Y RENTABILIDAD"** para obtener el
grado de contador.

POR LO EXPUESTO:

Ruego a usted acceder a mi solicitud.

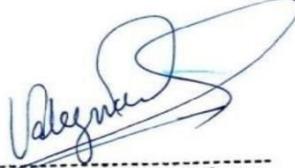
Juliaca, 17 de junio del 2022



VILCA SULCA EVELIN
DNI N° 73001826



LLUTARI LAZARINOS MARIBEL Y.
DNI N° 75470717



CPC. Elsa V. Zea Stefanero
MAT. N° 2338
COLEGIO DE CONTADORES PÚBLICO DE PUNO

ANEXO 9: AUTORIZACIÓN



RUC. 20454254105

EMPRESA DE TRANSPORTE Y TURISMO

Wayra

Arequipa 15 de julio del 2022

Señores: Evelin Vilca Sulca
Maribel Llutari Lazarinos

Presente.

Reciban un cordial saludo de mi parte, sirva la presente para comunicar la autorización de realizar labores de investigación, con la aclaración que se facilitará información general y no específica de libros y documentos que según nuestro criterio y políticas son confidenciales del área contable a mi cargo.

Atentamente

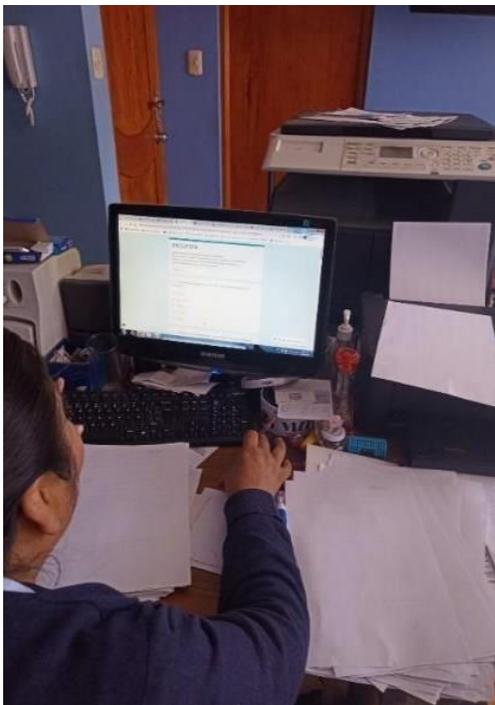
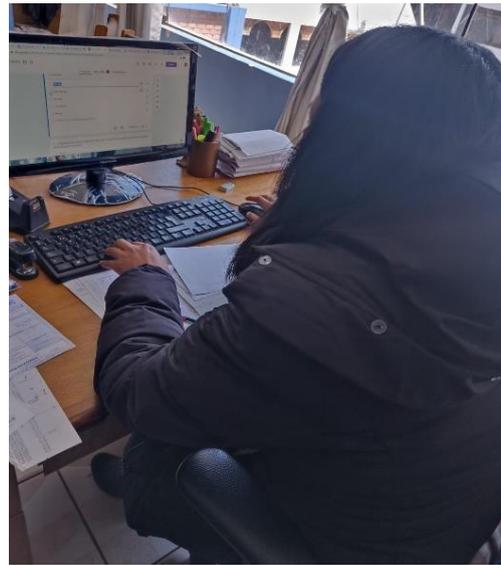

CPC Elsa V. Zea Stefanero
MAT. N° 2338
COLEGIO DE CONTADORES PUBLICO DE PUNO

ELSA V. ZEA STEFANERO
CONTADOR GENERAL
E.T.T. WAYRA SAC

AREQUIPA : T. TERRESTRE A-2 CEL.: 959390512
ORCOPAMPA: AV. MANTO S/N INT. 4 - URB. VISTA ALEGRE,
CASTILLA CEL.: 959390490
CAYLLOMA : CALLE NUEVA S/N - PLAZA DE ARMAS CEL.: 959390531

JULIACA : AV. FERROCARRIL N° 147 CEL.: 958314516
JULIACA : TERMINAL TERRESTRE COUNTER N° 7
PTO. MALDONADO: JR. TAMBOPATA N° 634 CEL.: 959390404

ANEXO 11: FOTOGRAFIAS ENCUESTA



Costo de ventas y su rentabilidad en la Empresa de Transporte y Turismo Wayra E.I.R.L., Juliaca, 2021.

El presente cuestionario tiene un total de 22 preguntas y busca conocer los aspectos relacionados a los costos de venta y rentabilidad. Solicito a usted colabore en el desarrollo de esta encuesta brindando su opinión respondiendo cada una de las preguntas.

Preguntas Respuestas Configuración Puntos totales: 0

Enviar

ENCUESTA Si han guardado todos los cambios en Drive

Costo de ventas y su rentabilidad en la Empresa de Transporte y Turismo Wayra E.I.R.L., Juliaca, 2021.

El presente cuestionario tiene un total de 22 preguntas y busca conocer los aspectos relacionados a los costos de venta y rentabilidad. Solicito a usted colabore en el desarrollo de esta encuesta brindando su opinión respondiendo cada una de las preguntas.

Correo *

Correo válido

Preguntas Respuestas Configuración

Enviar

Dirección de correo electrónico			
1	vilcasulcaevi@gmail.com	21	a.gallegosalberto@gmail.com
2	clark.tlv1@gmail.com	22	albertapazagallegos@gmail.com
3	vel1993r@gmail.com	23	normancondori105@gmail.com
4	rodrigotruero67@gmail.com	24	alejandrinosaravia7@gmail.com
5	gutierrezquispemaribel2@gmail.com	25	montoyaarana159@gmail.com
6	vilcasulcagerson89@gmail.com	26	mamanihaydee70@gmail.com
7	yuliaparahua@gmail.com	27	ljuanluis356@gmail.com
8	max.huisa@upeu.edu.pe	28	gladyschambi46@gmail.com
9	lazarinos.1974@gmail.com	29	wilmolinamamani@gmail.com
10	marinolazarinos@gmail.com	30	ramoscabananel@gmail.com
11	llutari.1971@gmail.com	31	marielagael197@gmail.com
12	llutari.1995@gmail.com	32	luisbeltranvaleriano@gmail.com
13	julioramoscabana@gmail.com	33	vargasmamanihugorody@gmail.com
14	roxanaquispeluque77@gmail.com	34	carpiopatricia923@gmail.com
15	Juvenalkmjj@gmail.com	35	rodriguezdeniz80@gmail.com
16	maryllutarilazarinos@gmail.com	36	urbanotorres485@gmail.com
17	jeanvandame7@gmail.com	37	alarcoerika175@gmail.com
18	jhonans12@gmail.com	38	estefanisucasaire@gmail.com
19	henry_cotrado@hotmail.com	39	vmarleni785@gmail.com
20	apaza.yamile13@gmail.com	40	jblancolupaca@gmail.com



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD**

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, HERBERT VICTOR HUARANGA RIVERA, docente de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de CONTABILIDAD de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA ATE, asesor de Tesis titulada: "Costo de ventas y su rentabilidad en la Empresa de Transporte y Turismo Wayra E.I.R.L., Juliaca, 2021.", cuyos autores son VILCA SULCA EVELIN, LLUTARI LAZARINOS MARIBEL YANET, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 22.00%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

En tal sentido, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

LIMA, 03 de Octubre del 2022

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
HERBERT VICTOR HUARANGA RIVERA DNI: 21124084 ORCID: 0000-0002-8054-4213	Firmado electrónicamente por: HRIVERAH el 03-10- 2022 10:22:26

Código documento Trilce: TRI - 0432160