



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

Los costos y su incidencia en la rentabilidad de la Empresa

MARPACE E.I.R.L., Nuevo Chimbote – 2021

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

AUTORAS:

Arias Guaylupo, Sarita del Pilar(orcid.org/0000-0002-5927-8416)

Rodriguez Romero, Gianella Anabel (orcid.org/0000-0002-7262-4643)

ASESOR:

Dr. Gutierrez Ulloa, Cristian Raymound (orcid.org/0000-0001-9791-9627)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Finanzas

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

CHIMBOTE – PERÚ

2022

Dedicatoria

Nuestra tesis de investigación va dedicada en primer lugar a Dios por las bendiciones que derramó sobre nosotras, a nuestros padres y familiares cercanos quienes siempre estuvieron con nosotros en cada momento de nuestra formación universitaria, a nuestro docente quien nos inculcó y corrigió las veces que fueron necesarias para mejorar nuestro trabajo de investigación y crecer profesionalmente.

Agradecimiento

Agradecemos principalmente a Dios, por brindarnos la sabiduría que requerimos para formarnos como profesionales de excelencia, a nuestros padres, por apoyarnos incondicionalmente durante nuestro Desarrollo profesional en la Carrera de contabilidad, a nuestro asesor quien nos apoyó día a día en la realización de nuestra tesis de investigación, a la Universidad César Vallejo por brindarnos las herramientas necesarias para crecer profesionalmente y a la empresa MARPACE EIRL por permitirnos hacer uso de su información para la elaboración de nuestra investigación.

Índice de contenidos

Carátula	
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenidos	iv
Índice de tablas	vi
Índice de figuras	vii
Resumen	viii
Abstract.	ix
I. INTRODUCCIÓN.	1
II. MARCO TEÓRICO.	4
III. METODOLOGÍA	12
3.1. Tipo y diseño de investigación.	12
3.2. Variable y operacionalización	13
3.2.1. Variable independiente: Costos	13
3.2.2. Variable dependiente: Rentabilidad	14
3.3. Población (criterios de selección), muestra, muestreo, unidad de análisis.	15
3.3.1. Población	15
3.3.2. Muestra y muestreo.	15
3.3.3. Unidad de análisis.	16
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.	16
3.4.1. Técnicas.	16
3.4.2. Instrumentos de recolección de datos.	17
3.5. Procedimientos	18
3.6. Método de análisis de datos	19
3.7. Aspectos éticos.	19
IV. RESULTADOS	20
V. DISCUSIÓN	24
VI. CONCLUSIONES	26
VII. RECOMENDACIONES	27

VIII. PROPUESTA	28
REFERENCIAS	32
ANEXOS	

Índice de tablas

Tabla 3.1 Distribución de la población	23
Tabla 3.2 Distribución de la muestra	24
Tabla 3.3 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	24

Índice de figuras

Figura 4.1. Diseño de la investigación

20

Resumen

El presente informe de investigación titulado “Los costos y su incidencia en la rentabilidad de la empresa MARPACE E.I.R.L., Nuevo Chimbote – 2021”, tuvo como propósito determinar la incidencia de los costos en la rentabilidad de la empresa MARPACE E.I.R.L. del distrito de Chimbote durante el periodo 2021.

El estudio siguió la metodología cuantitativa, con diseño descriptivo – propositivo, no experimental transversal. La muestra utilizada fue no probabilístico, por la que se estimó a 01 entrevistado como parte de la muestra. Como instrumentos de recolección de datos se utilizó una guía de entrevista sometida a criterios de validez de contenido y confiabilidad y el reporte de rentabilidad del periodo 2021. Los resultados fueron obtenidos haciendo uso del análisis descriptivo.

Se llega a concluir que los costos si inciden en la rentabilidad de la empresa MARPACE E.I.R.L., evidenciándose que la entidad no posee un conocimiento real de sus costos para el cálculo de su rentabilidad, sino que consideran los egresos que son sumamente notorios y consecutivos.

Por otro lado, producto de su alta demanda en el mercado, los ingresos fueron incrementando a medida que el problema sanitario dejo de tener presencia en el país. Por lo tanto, recomendamos que se implemente un Sistema de costeo adecuado, ya sea manual o en Excel que les permita tener conocimiento del costo real para tomar acción de mejores estrategias de rentabilidad en el futuro.

Palabras clave: Costos, Rentabilidad, costos variables, costos fijos, situación económica y financiera.

Abstract.

The purpose of this research report entitled "Costs and their incidence on the profitability of the company MARPACE E.I.R.L., Nuevo Chimbote - 2021" was to determine the incidence of costs on the profitability of the company MARPACE E.I.R.L. of the district of Chimbote during the period 2021.

The study followed the quantitative methodology, with a descriptive-propositive, non-experimental cross-sectional design. The sample used was non-probabilistic, for which 01 interviewee was estimated as part of the sample. As data collection instruments, an interview guide subjected to content validity and reliability criteria and the profitability report for the 2021 period were used. The results were obtained using descriptive analysis.

It is concluded that the costs do affect the profitability of the company MARPACE E.I.R.L., evidencing that the entity does not have real knowledge of its costs to calculate its profitability, but rather considers the expenses that are highly notorious and consecutive.

On the other hand, due to its high demand in the market, income increased as the health problem ceased to have a presence in the country. Therefore, we recommend that an adequate costing system be implemented, either manually or in Excel that allows them to have knowledge of the real cost to take action on better profitability strategies in the future.

Key words: Costs, Profitability, variable costs, fixed costs, economic and financial situation.

I. INTRODUCCIÓN.

Luego de dos años del brote de la enfermedad el Coronavirus o también conocido como COVID 19, los países detuvieron su economía y el sector privado sufrió grandes pérdidas, dejando a empresas en quiebra y personas sin trabajo. Sin embargo, desde inicios del año 2021 la estabilización económica en el Perú fue creciendo poco a poco y el país se fue recuperando, generando nuevamente empleo y oportunidades de negocio a nivel nacional. (Cañete, 2020).

Pasado el impacto del coronavirus, empresas minoristas del sector comercial a nivel internacional se vieron en la obligación de cerrar producto de la cuarentena, sin embargo es necesario que consideren algunas medidas políticas en beneficio de sus operaciones, tales como: Planificar el apoyo de la liquidez de las organizaciones, ayudar a los minoristas esenciales a afrontar la escasez de oferta, apoyar en la implementación de medidas de distanciamiento, garantizar la libre competencia del sector post-crisis, incrementar la resiliencia de las empresas del sector comercial. (OCDE, 2020).

Por otro lado, en nuestro país existió una incertidumbre política, debido al mandato del presidente de la república de orientación izquierdista, generando inseguridad a las grandes compañías que invierten en el Perú. Empresas como Plaza Vea, Metro, Tottus y Wong, fueron líderes en el rubro de abastecimiento alimenticio (Gárate, 2020). Por lo que, empresas del sector comercial (abarrotes) optaron por disminuir sus costos con tal de permanecer en el mercado, afectando la calidad del producto y por ende la rentabilidad futura.

La empresa MARPACE E.I.R.L. que está ubicada en la ciudad de Nuevo Chimbote sufrió pérdidas al no estar en operación producto del contagio de algunos trabajadores durante la segunda ola de contagio. Sin embargo, también lograron incrementar sus ventas ya que son abastecedores de productos de primera necesidad. (Vilela, Govea, & Vilela, 2019)

Indicó que es muy importante que conocieran los hechos financieros de la empresa, incluidos los costos, porque permite estudiar el problema o situación antes

de tomar una decisión y se debe considerar que va por un camino específico. La mayor tasa de éxito dependía de la variedad de alternativas u operaciones. Del mismo modo, es de vital importancia para las empresas ya que mantuvo una perfecta armonía y cohesión dentro del equipo, lo que repercute en su eficiencia y productividad.

(Hoyos, 2017) Expresó que los costos son cantidades monetarias que pueden ser recuperadas mediante la determinación del precio de un producto de acuerdo con el giro del negocio y que influyen directamente en los resultados de la empresa. Por lo tanto, los costos en una empresa fueron de vital importancia ya que identifica los egresos que tienen por función ser recuperados por la empresa, haciendo uso de diversas herramientas de gestión y que tendrá por finalidad principal conocer la rentabilidad de un negocio.

Frente a lo señalado, surgió el siguiente problema general de la investigación ¿Cómo incidieron los costos en la rentabilidad de la empresa MARPACE E.I.R.L. del distrito de Nuevo Chimbote durante el periodo 2021? Asimismo, los problemas específicos fueron: I) ¿Cuáles fueron los costos de la empresa MARPACE E.I.R.L. del distrito de Nuevo Chimbote durante el periodo 2021?, II) ¿Cómo fue la rentabilidad en la empresa MARPACE E.I.R.L. del distrito de Nuevo Chimbote durante el periodo 2021?, y finalmente III) ¿Qué alternativas fueron propuestas para mejorar la rentabilidad en la empresa MARPACE E.I.R.L.?

Entre las razones que justificaron el desarrollo de esta investigación, estuvo el que fue conveniente, pues debido al contexto pandémico, surgió la necesidad de determinar la rentabilidad de la empresa MARPACE E.I.R.L., el cual consistió en medir el rendimiento que tiene la empresa en determinado periodo. Además, los valores teóricos aportados fueron conocimientos relacionados a los costos directos y en lo que conlleva a la rentabilidad de la entidad. De igual manera, tuvo valor práctico pues se propuso ejecutar un plan orientado a optimizar la rentabilidad de la empresa, mediante los costos directos.

Finalmente, de manera metodológica, la investigación favoreció al campo del estudio validado por expertos confiables. Siendo un antecedente para futuras investigaciones relacionadas a las variables de estudio. Por consiguiente, el objetivo general fue: Determinar la incidencia de los costos en la rentabilidad de la empresa MARPACE E.I.R.L. del distrito de Nuevo Chimbote durante el periodo 2021.

Asimismo, se tuvieron los siguientes objetivos específicos: I) Identificar los costos de la empresa MARPACE E.I.R.L. del distrito de Nuevo Chimbote durante el periodo 2021, II) Explicar la rentabilidad en la empresa MARPACE E.I.R.L. del distrito de Nuevo Chimbote durante el periodo 2021, y finalmente III) Proponer alternativas para mejorar la rentabilidad en la empresa MARPACE E.I.R.L.

En este sentido, la hipótesis general de investigación que se planteó fue: $H_i =$ Los costos incidieron en la rentabilidad en la empresa MARPACE E.I.R.L. del distrito de Nuevo Chimbote durante el periodo 2021. Por lo que la hipótesis nula sería: $H_0 =$ Los costos no incidieron en la rentabilidad de la empresa MARPACE E.I.R.L. del distrito de Nuevo Chimbote durante el periodo 2021.

II. MARCO TEÓRICO.

Los estudios previos relacionados con la presente tesis, son los siguientes: Se ha realizado un estudio orientado a costos en el ámbito internacional (Arias Carrera & Véliz Villafuerte, 2018), el tipo de investigación es descriptiva - documental y en vivo, observación, guía de entrevista y encuestas. se utilizan como herramientas de recopilación de datos. Por lo tanto, el estudio concluyó de la siguiente forma:

Los costos más importantes en los que incurre el empresario son el 50% de egreso más simbólico, aparte los insumos y materiales usados durante la extracción, el crecimiento de éstos, son motivo de preocupación para el productor ya que no puede consignar el precio de venta al ser este determinado por el ministerio de agricultura.

Por otra parte, (Pantoja, 2017) en su estudio realizado con relación a los costos, tuvo un enfoque cuantitativo con una modalidad observacional, bibliográfica y documental. También se utilizó la entrevista, como un instrumento de recopilación de datos. Por lo tanto, el estudio concluyó de la siguiente forma:

La compañía al aplicar de un sistema de costos dispone de documentación con antelación, permitiendo calcular con un magnate rango de ablución sus variaciones y también calibrar sus medios de manera oportuna, de igual modo sus orígenes, constituyéndose en un aparato notable de miembro y de socorro al giro de la sociedad en el recurso de toma de decisiones de manera oportuna.

Se ha realizado un estudio orientado a costos a nivel nacional (Vasquez Coronel, 2019). La investigación utilizó enfoques cualitativos y cuantitativos, y también el tipo de investigación fue aplicada. Se utilizó un diseño no experimental y de corte transversal y se muestrearon caficultores de la finca Vista Alegre de la zona de Chontalí. Las herramientas de recolección de datos fueron cuestionarios, fichas de observación y documentos bibliográficos. Por lo tanto, el estudio concluyó de la siguiente forma:

Fueron planteadas estrategias que conllevan a amplificar el concepto sobre plan financiero, costos e inversión; con la intención de acatar estándares de calidad y lograr mayor rentabilidad futura.

Igualmente, (Chimpén, 2020) realizó una investigación orientada a los costos. El estudio fue de carácter descriptivo y analítico, no experimental, se utilizó como método de investigación entrevistas y análisis bibliográfico y la herramienta de investigación fue un cuestionario. De tal manera, el estudio concluyó con la siguiente afirmación:

La distribución presente de los centros de costos con la que dispone la compañía no está correctamente etiquetada, ya que no clasifica proporcionalmente los costos de la entidad por cada movimiento programado, es por ello que no se consideran los riesgos en la toma de decisiones y tampoco basan los reportes de su núcleo de costos que deben emanar según cada movimiento programada.

En el entorno local (Lopez Aguilar, 2017) Diseñó activamente la descripción en su estudio de costos y utilizó el manual de observación y el manual de entrevistas como herramientas de recopilación de datos. El estudio llegó a las siguientes conclusiones:

Se revela un análisis de cómo se realizan los costos durante el proceso de producción planificada, en el que se puede revelar la falta de conocimiento sobre cómo calcular completamente los CIF, MOD y la producción. Debido al hecho de que se ignora la hoja de trabajo, horas extras, cantidad de entrada, horas de trabajo de la máquina, etc. También se encontró que el costo unitario era muy alto en comparación con el precio de venta por barra, lo que generaba pocas ganancias.

De igual manera (García, 2017) en su investigación relacionada con los costos, empleó un enfoque cuantitativo y un diseño descriptivo proactivo, utilizando el análisis de documentos y la entrevista como técnica, así como un manual para el análisis de documentos y un manual de entrevistas como herramientas de recopilación de datos. El estudio arribó a la siguiente conclusión:

De acuerdo con el diagnóstico, los principales problemas que afronta la empresa es la no identificación de los factores de costo incurrentes en el proceso productivo y el deficiente control del mismo.

Durante la revisión de costos como variable, se realizaron consultas con diferentes autores, entre ellos:

(Quiroga, 2020) argumenta que el reconocimiento de costos permite a las empresas adoptar una estrategia de costeo que precise la comprensión del costo de producción, bienes o servicios en un período determinado de tiempo, favoreciendo la toma de decisiones, mediante la planificación y el control de las actividades para impulsar los resultados y aumentar las ganancias.

Por otra parte, (García, 2017) muestra que el cálculo de costos sirve como una herramienta estratégica para demostrar la rentabilidad de la gestión de recursos operativos, donde los pro y contras de la misma información organizacional pueden compararse con la 'racionalización' de la toma de decisiones interna.

Partiendo de lo mencionado, se establecieron las siguientes dimensiones;

Costos variables y fijos, los autores (Cedeno, Molina Cedeno, & Laje Montoya, 2018) afirman que la comparación de costos de proveedores es una excelente opción ya que, es importante realizarlo y así poder organizar las diferentes propuestas para hacer la mejor elección.

Punto de equilibrio, por otro lado, (Magallon, 2017) nos dice que el punto de equilibrio se trata de un instrumento que se expresan como índice, razón o ratio aplicando las matemáticas de separación entre el estado de situación financiera y la cuenta de resultados. Asimismo, son útiles para investigar y tomar decisiones que beneficien a las empresas.

Costos directos e indirectos, los costos son importantes ya que acceden a valorar la diversificación de los precios de adquisición de la mercancía, también puede hacer

un seguimiento de los gastos, estableciendo cuales son los fondos asignados de manera incorrecta. (Corvo, 2019).

Por otro lado, durante la revisión de rentabilidad como variable, se realizaron consultas con diferentes autores, entre ellos:

En el ámbito internacional, se han realizado investigaciones (Vela, 2017) con enfoque en estudios de costo-efectividad, cuantitativos, descriptivos-exploratorios y correlacionales, realizados en un enfoque de campo de literatura o directorio, utilizados como herramienta de monitoreo de recolección de datos, una guía de entrevista y una guía de supervisión. De tal manera, el estudio concluyó con la siguiente afirmación:

Como empresa del sector comercial, existe un saldo adecuado de créditos fiscales, la misma cantidad a cuidar; Ya que habrá meses en los que no se reembolsará a tiempo el IVA, lo que puede generar inconvenientes en los ingresos. De esta manera, las ganancias no se verán reflejadas sistemáticamente en su realidad.

Por otro lado (Chaverra, 2019), utilizó un enfoque cuantitativo en su investigación de rentabilidad comercial y como tipo de estudio fue un estudio comercial no experimental. Utilice la guía de entrevista como una herramienta de recopilación de información. De tal manera, el estudio concluyó con la siguiente afirmación:

El estudio refleja hallazgos que caracterizan el rendimiento del capital, como la presencia promedio en la junta que refleja un área común de decisiones corporativas siendo compartidas internamente.

A nivel nacional (Santamaría, 2017) realizó una investigación orientada a la rentabilidad. El estudio utiliza un enfoque cuantitativo que es consistente con el diseño del estudio no empírico. Las herramientas de recolección de datos utilizaron análisis de documentos, análisis de programas y formularios de registro. De tal manera, el estudio concluyó con la siguiente afirmación:

La junta directiva de la empresa logra determinar el nivel de producción que se debe tener en cuenta para llevar el negocio y cubrir todos los costos para no reducir las utilidades de la empresa.

Igualmente, (Abanto & Carlos, 2020) realizaron una investigación orientada a la rentabilidad. El estudio fue del tipo descriptiva – propositiva, utilizando encuestas, entrevistas y observaciones, como método de investigación se utilizaron tablas tabulares, análisis gráfico, búsquedas en Internet y flujos de trabajo en Excel. De tal manera, el estudio concluyó con la siguiente afirmación:

Comparando la rentabilidad del sistema de costos aplicado en la empresa con el plan de costos propuesto por nosotros, se puede concluir que la eficiencia obtenida del plan de costos transgrede en los resultados de los costos tradicionales, ya que obtiene dos valores positivos.

En el entorno local (Maldonado, 2018) en su investigación sobre rentabilidad, realizó un estudio con diseño de correlación. Las herramientas utilizadas fueron guías de entrevista, guías de observación y guías de análisis de documentos, y los métodos utilizados fueron la observación, el análisis de documentos y la entrevista. El estudio concluyó con la siguiente afirmación:

Al analizar la rentabilidad por ratios de negocio mediante la implementación de estos indicadores, resulta que, a pesar de lo acertado de la presencia de ingresos a lo largo de 2017, también hubo altos costos de venta que llevaron a una pérdida. Hay un rendimiento positivo de los activos, pero es muy pequeño debido a los excedentes de bienes.

Según (Yilmaz, 2019) la capacidad de la empresa para crear valor, ganancia o utilidad es denominado como rentabilidad. Asimismo, es un estudio de factibilidad que mide el triunfo o fiasco de la gestión empresarial. De igual forma (Eslava, 2017) muestra que el principal objetivo de la rentabilidad es computar la rentabilidad de los diligentes de la empresa, después de todo, esto es realmente importante para el retorno de los pasivos y socios comerciales de la empresa.

(Jaworski & Czerwonka, 2018), se refieren a que la rentabilidad “es un concepto que se emplea a todas las acciones financieras destinadas a regular el uso eficiente de los recursos humanos y financieros para la realización de tareas específicas. Sin embargo, en la literatura monetaria, esta expresión se interpreta de manera diferente y existen muchos métodos teóricos que inciden en un lado o en el otro, por lo general, la rentabilidad es una medida de la eficacia de una cantidad determinada de acciones a realizar durante una actividad período. capital invertido en ellos.

La investigación de productividad es un criterio usado en cualquier comercio que combina materias primas, personas y recursos financieros para poder hacer resultados. En escasas palabras, hace referencia al beneficio económico derivado del uso del activo a lo largo de el lapso en existente un indicio de que tienen la posibilidad de valorar sus beneficios. (Lara, 2019).

Partiendo de lo mencionado, se establecieron las siguientes dimensiones:

Ratios financieros, (Rus, 2020) Los índices financieros, además de ser conocidos como ratios financieras, también son indicadores que comparan la fortaleza financiera de una sociedad con las mejores prácticas y promedios de la industria. Así, no son más que una porción, donde el ábaco y el divisor son los asientos contables en los estados financieros anuales.

(Yilmaz, 2019) nos dice que el margen de beneficio es la dependencia entre las ventas netas y el total de ingresos, midiendo la gestión de la sala en términos de actividad versus rentabilidad.

Asimismo, (Contreras, Huerta, Navas, & Pedraja, 2017) refieren a que el retorno sobre las ventas (ROA) es una medida de los ingresos netos por ventas que también tiene en cuenta los gastos financieros, operativos y fiscales de una empresa como una cifra de un centavo. gana una empresa. por cada sal vendida.

La rentabilidad patrimonial, o beneficio potencial, es un indicador que nos permite identificar el nivel de rendimiento de una entidad, ya que su análisis nos permite

obtener una visión muy amplia de todos los factores que afectan a la rentabilidad, tanto positivos como desfavorables. (Yilmaz, 2019).

En cuanto a la tasa de retorno del capital (Yilmaz, 2019) dice que este indicador indica la rentabilidad de las inversiones del dueño del negocio, es responsable de la relación entre la utilidad neta obtenida en una determinada actividad de inversión con los recursos requeridos para adquirirlo.

(Molina, 2017) Dice que el valor de la utilidad es un componente fundamental para afirmar la competitividad de una organización en el mediano y extenso plazo, haciendo más fácil la exploración y brindando una mejor base para la toma de elecciones. Además, una correcta productividad posibilita que la indemnización, de acuerdo con el mercado y el peligro, participe del incremento interno primordial para conservar, robustecer o mejorar la postura competitiva de la compañía.

(Butt, 2019), indica también que la rentabilidad de los proyectos de capital invertido es importante porque permite a los inversores opinar sobre la eficacia de la gestión, sabiendo cómo se gestiona el capital de inversión. De hecho, el rendimiento financiero tiene como objetivo medir la capacidad de una organización para multiplicar el dinero invertido y ofrecer mayores rendimientos a sus socios en función de la inversión.”

Análisis financieros de la compra de mercadería.

(Padilla, 2018) indica que la compra de mercadería comprende una serie de procesos encargados por diferentes áreas (compras, logística, contabilidad, calidad, tesorería, gerencia, etc.), estos procesos permiten mantener un control adecuado y persistente en cuanto a los ingresos y salidas de existencias, los costos, la calidad y la disponibilidad en almacén para rotarlos.

La rotación de inventario es un indicador financiero que permite a la empresa controlar la cantidad de veces en que cambian de mercadería o también puede ser interpretado como la cantidad de días en que permanece un determinado producto en almacén sin salir de stock. Este ratio permite a la organización anticiparse ante la

demanda de los productos para tomar la decisión de cambiar de productos (bajos en rotación) o adquirir en mayores proporciones (altos en rotación). (Yilmaz, 2019)

De acuerdo con lo mencionado por (Eslava, 2017), demuestra el hecho de que la rotación de cuentas por pagar permite a la empresa hacerse una idea del retraso en la liquidación de las deudas con los proveedores. Es un indicador que va de la mano con la rotación de cuentas por cobrar para un adecuado análisis de liquidez y control de la actividad del área de tesorería.

III. METODOLOGÍA

En este análisis se usa el procedimiento cuantitativo, que es un procedimiento de indagación que usa cuestiones y encuestas para recopilar datos cuantificables o numéricos y con base a aquello, hacer estudios estadísticos para tomar elecciones informadas. (Hernández & Mendoza, 2018)

3.1. Tipo y diseño de investigación.

Este estudio es un estudio fundamental por tipo de investigación, ya que tiene como objetivo el análisis teórico de las variables propuestas en el estudio. La investigación básica tiene como objetivo generar nuevos conocimientos, es decir, la intención de saber o aprender más sobre costos y beneficios. (Evenson & Kislev, 2021)

El diseño de investigación es de tipo descriptivo y postulado, pues se realiza un estudio para encontrar aspectos del problema y su posterior análisis (Estela, 2020). Además, no tiene carácter empírico y exhaustivo, ya que los hechos han sido estudiados en la naturaleza, sin alteración o alteración alguna, a efectos de investigación y debate sobre las conclusiones de este último. (Estela, 2020); y horizontal o transversal, porque prima el conocimiento de las variables, aceptando datos en casos particulares. (Estela, 2020)

Por tal motivo, la metodología se presentó con el siguiente bosquejo:

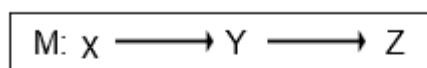


Figura 3.1. *Diseño de la investigación*

Donde:

M: Empresa MARPACE E.I.R.L.

X: Variable costos

Y: Variable rentabilidad

Z: Alternativa de mejora

3.2. Variable y operacionalización

3.2.1. Variable independiente: Costos

Por otro lado, los costos son flujos de efectivo o equivalentes de efectivo que son consistentes con los objetivos de gestión del negocio, por otro lado, también conocidos como costos económicos incurridos en el proceso de producir o proporcionar algún bien o servicio. Este costo incluye la compra de consumibles o mercancías (también conocido como costo de ventas), que se incluye, entre otras cosas, como costos directos. (Quiroga, 2020).

Dimensión:

- Costos directos.

Indicadores:

- Costo de la mercadería
- Mano de Obra directa

Dimensión:

- Costos indirectos.

Indicadores:

- Costo por flete
- Energía eléctrica

Dimensión:

- Costos fijos

Indicadores:

- Alquiler
- Pago al personal
- Depreciación de activos

Dimensión:

- Costos variables.

Indicadores:

- Servicios básicos

- Compra de mercadería

Dimensión:

- Punto de equilibrio

Indicadores

- Precio de venta unitario
- Costo variable unitario
- Costos fijos totales

3.2.2. Variable dependiente: Rentabilidad

La rentabilidad tiene como objetivo primordial calcular la capacidad de los activos de una empresa para generar ganancias, lo que, después de todo, es realmente importante para pagar tanto los pasivos como a los socios de una empresa. (Eslava, 2017)

Dimensión:

- Ratios financieros.

Indicadores:

- Rentabilidad de ventas
- Rentabilidad de Activos
- Utilidad sobre patrimonio

Dimensión:

- Análisis financiero de la compra de mercadería.

Indicadores:

- Rotación de inventario
- Rotación de cuentas por pagar

3.3. Población (criterios de selección), muestra, muestreo, unidad de análisis.

3.3.1. Población

Una población es un conjunto de usuarios de análisis concernientes a un área geográfica determinada, donde se desarrolla un campo de estudio. (Asiamah, Mensah, & Oteng-Abayei, 2017). Para investigar el asunto, MARPACE E.I.R.L. Chimbote, en el cual se encuentran un total de 5, debido a que existen datos necesarios relacionados con el tema de investigación.

Tabla 3.1

Distribución de la población.

Área de trabajo	Hombres	%	Mujeres	%	Total	%
Gerencia	1	20%	-	0%	1	20%
Supervisión	-	0%	1	20%	1	20%
Colaboradores	3	40%	0	20%	3	60%
Total	4	60%	1	40%	5	100%

Nota. *Nómina de colaboradores nombrados y contratados, periodo 2021.*

Criterios seleccionadores.

Criterios de inserción.

Solo se tendrá en cuenta la gestión que no haya solicitado un permiso y haya leído el consentimiento informado.

Criterios de excepción.

Fueron descalificados los asociados que trabajaban en otros rubros, que laboraban bajo licencia o a punto de ser exonerados de MARPACE Chimbote

3.3.2. Muestra y muestreo.

Una muestra es un subconjunto o parte de la población o población para la cual se llevará a cabo el estudio. (Asiamah, Mensah, & Oteng-Abayei, 2017).

Por conveniencia se utilizó un muestreo intencional sin probabilidades, considerando al Gerente General como representante de la empresa.

Tabla 3.2

Distribución de la muestra.

Área de trabajo	Hombres	Colaboradores		Total	%	
		%	Mujeres			%
Gerencia	1	100%	0	0%	1	100%
Total	1	100%	0	0%	1	100%

Nota. *Tabla 3.1*

3.3.3. Unidad de análisis.

Se consideró al área gerencial de la Empresa MARPACE EIRL, sede Chimbote.

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.

3.4.1. Técnicas.

El procedimiento utilizado por el investigador para recopilar datos está estrechamente relacionado con las variables de investigación. (Arias, 2017). Se utilizó como método la entrevista y el análisis de documentos.

Tabla 3.3

Técnicas e instrumentos.

Técnica	Instrumento	Utilidad
Entrevista	Guía de entrevista para evaluar los costos.	Identificar los costos incurrentes dentro de la empresa.
Análisis documental	Reporte de rentabilidad según Estados Financieros.	Evaluar la rentabilidad según los Estados Financieros.

Nota. *Marco teórico.*

3.4.2. Instrumentos de recolección de datos.

A. Guía de entrevista para evaluar los costos.

Con respecto a la guía de entrevista, los autores (Hernandez Sampieri, Fernández, & Baptista Lucio, 2017) señalan que las entrevistas son conversaciones face to face entre los partícipes de la tesis y los encuestados manejando una variedad de cuestiones que solo los investigadores conocen, y cómo se requieren para lograr el resultado deseado en un estudio en particular.

Se establecen categorías para las herramientas identificadas en las revisiones en vivo. Las estructuras establecidas para la puntuación absoluta del instrumento son: muy débil (00-09), débil (10-18), normal (19-27) y excelente (28-36). El instrumento va de 0 a 2 puntos, con un total de 36 puntos como máximo y 00 puntos como mínimo.

Al evaluar los aspectos: información y comunicación, ambiente de control y evaluación de riesgos, se tuvieron en cuenta las siguientes categorías diagnósticas: muy deficiente (00-03), deficiente (04-06), normal (07-09) y óptimo (10-12).

Validez y confiabilidad

Validez.

La guía de entrevista ha sido adecuada y mostrada con las reflexiones de 3 técnicos sobre las preguntas diseñadas. Además, se utilizó el coeficiente V de Aiken para comprobar la significancia de diseño de cada factor (Zavaleta, 2016) para cuantificar la relevancia respecto a la construcción de cada uno de los ítems. Esto permite evaluar el nivel según la opinión de expertos en general y expertos en particular; Además, deben participar de 5 a 10 expertos.

El puntaje obtenido es de 1.00 puntos, el facilitador de la entrevista evalúa el cuestionario con precisión y firmeza.

Confiabilidad.

La confiabilidad se determinó mediante un experimento estadístico para garantizar la precisión y confiabilidad de los mecanismos de recopilación de información. Dado que la guía de entrevista es una herramienta políptica y ordinal, se utiliza el coeficiente alfa de Cronbach para evaluar cada ítem propuesto con un valor equivalente mayor o igual a α : 0,70.

Luego se realizó una prueba en una muestra improbable de ocho empleados de diferentes organizaciones con el mismo objetivo corporativo MARPACE EIRL. y el resultado es 0.84, por lo que se puede concluir que la guía de entrevista tiene una confiabilidad aceptable.

B. Reporte del análisis económico-financiero.

Se consignó el detalle de los Estados Financieros de los periodos 2020 y 2021 de la empresa MARPACE E.I.R.L.]

3.5. Procedimientos

- Se ha enviado una solicitud por escrito al coordinador de la Facultad de Contaduría de la Universidad César Vallejo, luego de lo cual será remitida al centro de formación del proyecto de investigación.
- Se organizó los tiempos y horarios con el propósito de recoger datos.
- Se consiguió el documento de aprobación informado por parte del ejemplar en estudio.
- Se tomó medidas discretas y medidas sobre el material que se usó para la indagación.
- Se dio a conocer el origen y la importancia de la investigación.
- Se empleó el instrumento, identificó, perfeccionó y constituyó la información.
- Se elaboró la central de reseñas, compuso el examen detallado y la tabulación de datos.

3.6. Método de análisis de datos

- Se elaboró, revisó y mejoró la guía de entrevistas como herramienta de recopilación de datos.
- Se utilizó una herramienta de recolección de datos para la muestra de estudio seleccionada.
- El análisis de los resultados económico-financieros se realizó sobre la base de cálculos matemáticos y contables de ratios de rentabilidad, solvencia y solvencia.
- Se construyeron tablas con notas, paráfrasis y comentarios apropiados.
- Se hicieron conclusiones y recomendaciones.

3.7. Aspectos éticos.

Durante la elaboración de la presente investigación se consideraron los siguientes aspectos éticos:

Uso de estándares internacionales en redacción científica: Se utilizó la 7ª edición de la norma APA para utilizar referencias directas e indirectas en su redacción.

Originalidad: Evitando el plagio de información, se utilizará la aplicación Turnitin para evitar una similitud creciente.

Consentimiento informado: Los participantes fueron conscientes de la importancia del estudio a través del consentimiento informado y la autorización.

Justicia: No hay discriminación en el muestreo ya que todas las partes interesadas son tratadas con respeto y atención.

Inofensivo: No se realizó ningún procedimiento que pueda afectar la salud física y mental de los empleados en materia contable.

Beneficencia: Se realizó durante la recolección de datos, explicando la importancia del estudio y la necesidad de saber sobre los sujetos.

Finalmente, la investigación guardó respeto por los alrededores y la comunidad, dado que el procedimiento en que se desarrolló no perjudicó a terceras personas o instituciones que no estén directamente relacionados.

IV. RESULTADOS

Situación actual de los costos en la empresa MARPACE EIRL Chimbote 2021.

Tabla 4.1. Entrevista al Gerente General de la empresa MARPACE EIRL.

N°	Ítem	Punto de atención	Respuesta	Evidencia	Efecto en la institución
Costos directos					
1	Se tiene conocimiento sobre el costo mensual para la compra de la mercadería.	Regular	Normalmente se controlan los costos al momento y mensualmente están proyectados en los registros contables.	Estado de resultados	La empresa al tener conocimiento ambiguo sobre los costos directos puede tener dificultades al momento de gestionar y calcular su rentabilidad por periodo específico.
2	Se considera relevante los costos de mano de obra directa.	Bueno	Es importante estar al tanto de lo que cuesta el pago de los colaboradores directos.	Análisis presupuestal	
3	Se considera importante la disminución de los costos de mano de obra.	Regular	Considero que se debe tener conocimiento sobre la cantidad de personal necesaria para ejercer una labor.	Análisis presupuestal	
Costos indirectos					
4	Se tiene conocimiento sobre cuánto es el costo generado mensualmente por pago de flete al realizar las compras.	Bueno	Siempre controlamos lo que nos cuesta pagar a los transportistas por trasladar nuestros productos a nuestro almacén, aunque algunos son informales y no emiten comprobante.	Libro Diario y Registro de compras	No se mantiene un adecuado control de los costos indirectos, producto de la falta de conocimiento de estos, viéndose reflejados resultados alejados de la realidad en la empresa.
5	Se tiene conocimiento sobre cuánto es el costo generado mensualmente por pago de energía eléctrica.	Bueno	Normalmente no consideramos los recibos de servicios ya que se paga aparte.	Estado de resultados	
6	Se considera necesario costear los servicios de transporte de mercadería y energía eléctrica.	Bueno	Considero que, si debemos costear el transporte y los servicios, ya que son parte de la empresa.	Guía de entrevista	
Costos fijos					
7	Se tiene conocimiento sobre los costos generados por el pago de alquiler	Bueno	Si tenemos costeados los desembolsos generados por alquiler en la empresa.	Libro Diario y Registro de compras	El correcto control de los costos fijos permite a la empresa determinar un margen mayor de utilidad, realizando ajustes en los egresos preestablecidos periódicamente.
8	Se tiene conocimiento sobre los costos generados por el pago de personal	Bueno	Mensualmente se abonan las remuneraciones al personal y cada cierto tiempo sus beneficios sociales.	Libro Diario	

9	Se tiene conocimiento sobre los costos generados por la depreciación de activos.	Bueno	Cada mes nuestro contador controla la depreciación de los activos en la empresa.	Libro Diario	
Costos Variables					
10	Se costean los servicios básicos de agua, teléfono móvil e internet y es registrado contablemente.	Bueno	Se mantiene un adecuado control de los costos por los servicios utilizados en la empresa.	Análisis presupuestal	Al no planificar constantemente la necesidad del mercado en abastecimiento, se pueden generar sobrecostos o pérdida por falta de rotación de productos.
11	Se planifica la compra de su mercadería según la demanda de mercado.	Regular	Se determina la necesidad de abastecimiento en almacén para programar la compra de la mercadería respectiva.	Planificación financiera	
12	Es relevante costear los servicios básicos en la empresa de acuerdo con el nivel de ventas.	Bueno	Se necesitan costear este tipo de servicios, ya que representan al año una cantidad significativa en los resultados.	Guía de entrevista	
Punto de equilibrio					
13	Se tiene conocimiento sobre el margen de ganancia que se origina al establecer el precio de los productos.	Bueno	Se establece un margen de ganancia del 20 % luego de los costos y gastos incurrientes	Estado de resultados	Si no se reconocen los productos altamente rotativos y los que no se venden con frecuencia y no establecer un margen de ganancias
14	Se conoce la cantidad de productos que se debe vender para no tener ganancias ni pérdidas.	Bueno	Estimamos un nivel de ventas al mes, para obtener el mínimo de ganancias. Hacerlo por producto es tedioso ya que ofrecemos variedad.	Planificación financiera	
15	Se plantean objetivos en base a los niveles de ingresos y se proyectan los resultados de manera periódica.	Regular	A veces trazamos metas en ventas e incentivamos al personal para mejorar su productividad.	Planificación financiera	

Nota. Entrevista realizada al CEO de la empresa MARPACE EIRL, periodo 2021. La mayoría de las respuestas contestadas por el representante legal (15 preguntas) evidencian que los costos se encuentran en un punto de atención "Bueno". Esto quiere decir que la entidad cumple con un 73% de lo que expresa en su punto de atención (La empresa tiene conocimiento sobre los costos, sin embargo, la realidad de ello solo es subjetiva, es decir, que los costos se manejan en base a suposiciones), situación que debe cambiar ya que en términos cuantitativos los costos deben ser objetivos, con resultados reales.

Comentario. En base a las respuestas brindadas por el Gerente General, se logró determinar que, si poseen conocimientos sobre los costos, sin embargo, aquellos costos no están correctamente reflejados en sus resultados. Es necesario identificar de manera objetiva los costos, para llegar a una correcta determinación de su rentabilidad.

Situación actual de rentabilidad en la empresa MARPACE EIRL, Chimbote 2020 y 2021.

Tabla 4.2. Análisis de Ratios Financieros.

Item	Indicadores	2020	2021	Comentario
Ratios Financieros	Rentabilidad de Ventas (Utilidad Neta / Ventas)	0.05	0.05	Durante el ejercicio 2020 y 2021 por cada S/. 1.00 vendido se llegaba a generar S/ 0.05, los cuales eran destinados al pago de los dividendos de los accionistas.
	Rentabilidad de los Activos (Utilidad Neta / Activos)	0.14	0.10	En el siguiente resultado podemos ver que, por cada sol invertido en los activos, se ha generado durante el 2020 un 14% de ganancia neta y en el 2021 un 10% de utilidad neta.
	Rentabilidad del capital (Utilidad Neta / Patrimonio)	0.42	0.24	El resultado demuestra que, por cada sol invertido en la empresa, ésta en el 2020 acumuló S/. 0.42 mientras que en el 2021 solo alcanzaba los S/. 0.24.

Nota. Podemos apreciar el análisis de Ratios Financieros en la empresa MARPACE EIRL.

Tabla 4.3.

Análisis financiero de la compra de Mercadería.

Item	Indicadores	2020	2021	Comentario
Análisis financiero de la compra de mercadería.	Rotación de inventario (Costo de ventas/Promedio de inventario)	18.66	29.89	Durante el ejercicio 2020 los productos rotaban cada 18.66 días, mientras que para el periodo 2021 los productos se cambiaban de almacén cada 29.89 días.
	Rotación de cuentas por pagar (Compras al crédito/Promedio de cuentas por pagar)	41.69	54.73	En el siguiente resultado podemos ver que, en el año 2020 se pagaban las facturas a los proveedores cada 41.69 días, sin embargo, durante el ejercicio 2021 se pagaban cada 54.73 días en promedio.

Nota. Podemos observar el análisis financiero de la compra de mercadería en la empresa MARPACE EIRL.

Comentario. A partir de lo analizado se puede sostener que la aplicación de ratios financieros es de gran utilidad al momento de realizar proyecciones, además también permite identificar el nivel de gestión empresarial durante un determinado periodo, facilitando en control de los resultados.

Comprobación de la hipótesis

En la presente investigación se trató la siguiente hipótesis: Los costos incidieron en la rentabilidad en la empresa MARPACE E.I.R.L. del distrito de Nuevo Chimbote durante el periodo 2021.

Después de investigar a la empresa, podemos concluir que los costos, si afectan la rentabilidad de la EIRL de MARPACE, como se detalla en la Tabla 4.2, los costos se encuentran sobrevalorados en comparación a los precios de mercado. Asimismo, en la tabla 4.3. se entiende que la entidad cuenta con sobre costos producto de la mercadería con poca capacidad rotativa. Con esto en mente, aceptamos la hipótesis de investigación y rechazamos la hipótesis nula.

V. DISCUSIÓN

De acuerdo con la situación de los costos de la empresa MARPACE EIRL, mostrada en la Tabla 4.1. De las entrevistas a la gerencia, se puede apreciar que la empresa se encuentra en la categoría de “buenos” de acuerdo a sus puntos de atención, dado que la empresa tiene conocimiento de costos, por otro lado, está determinado por las respuestas que establece la jurisdicción donde se ubican el conocimiento se basa en suposiciones más que en datos reales, en última instancia se argumenta que los procesos internos de cálculo de costos son imperfectos y que se debe establecer un proceso de mejora.

Estos hallazgos se relacionan con los ya mencionados por (Abanto & Carlos, 2020), quienes argumentaron que las pequeñas empresas del sector de comida a domicilio no mantienen un control adecuado sobre los costos, la utilidad o la toma de decisiones. Por esta razón, los rendimientos no se determinan con precisión en todos los períodos.

Ante lo expuesto, se sustenta que los costos en la empresa MARPACE EIRL no son precisamente exactas debido al conocimiento ambiguo del personal en la entidad, de tal manera, se considera necesario establecer un plan de acción para mejorar el control de costos y rentabilidad en el proceso.

En cuanto al estado de rentabilidad en MARPACE EIRL, según el análisis de indicadores financieros según la Tabla 4.2. Se confirma lo siguiente: primero, para los ejercicios 2020 y 2021, por cada S/0.05 vendido, se recibió S/0.05, que se destina al pago de dividendos a los accionistas, y segundo, por cada 14% de sal invertido en la propiedad. se genera utilidad neta en el 2020 y 10% de utilidad neta en el 2021. Y finalmente por cada sol invertido en la empresa en el 2020 se acumula S/. 0.42, mientras que el 2021 solo alcanzó S/. 0.24.

Estos resultados están en concordancia con lo mostrado (Eslava, 2017), quien señaló que realizar un análisis financiero en una empresa ofrece grandes beneficios en la toma de decisiones. Permite conocer la realidad empresarial en la

que se encuentra la empresa para posteriormente analizar posibles estrategias futuras, ya sea de costes, beneficios o gestión.

Ante lo mencionado, se entiende que la rentabilidad en la empresa MARPACE EIRL está afecta a el uso de estrategias financieras como lo es el análisis de ratios financieros, con el fin de determinar cada cierto periodo la situación económica y tomar decisiones que puedan mejorar diversos factores en la entidad, ya sea reducción de costos, maximización de utilidades o mejora en los procesos de gestión.

VI. CONCLUSIONES

De acuerdo con los resultados obtenidos, podemos concluir que:

1. Se llegó a determinar que los costos si inciden en la rentabilidad de la empresa MARPACE EIRL del distrito de Nuevo Chimbote durante el periodo 2021 (Tabla 4.2.). en dónde se apreció que las utilidades generadas son bajas producto de un alto costo, afectando directamente el margen de ganancia.

2. Al examinar la información de la entrevista realizada al representante de la organización, según la tabla 4.1. se observan que los costos altamente identificados son los costos directos e indirectos, por otro lado, se dio a conocer que el discernimiento en cuanto a la identificación de los costos como fijos o variables no es altamente perceptiva, generando suposiciones o resultados irreales de la situación empresarial al momento de determinar su rentabilidad.

3. La rentabilidad en la empresa MARPACE EIRL, se encuentra en un punto intermedio de acuerdo con la tabla 4.1 y 4.2, producto de que la información detallada en sus EEFF no es verdaderamente real. Asimismo, se logró percibir de acuerdo con los resultados de la tabla 4.3. que tanto la rotación de inventarios como de cuentas por pagar están por debajo del rango normal.

4. Se busca mejorar la rentabilidad, implementando un diseño sobre un sistema de costos, haciendo uso de estrategias que permitan la reducción de los mismos, de igual manera hacer hincapié sobre la relevancia de estar siempre informados sobre el contexto monetario y financiero de la compañía.

VII. RECOMENDACIONES

1. Se recomienda a la gerencia general de la empresa MARPACE EIRL optar por un sistema de costeo, ya sea manual (en Excel) o automatizada, con el propósito de resumir sus egresos y brindar cálculos automáticos para tomar decisiones futuras que afecten su rentabilidad.
2. Se recomienda a la gerencia general adoptar una estrategia que esté orientada a la reducción de los costos variables, con el fin de volver un punto fuerte el correcto manejo de los costos más significativos en comparación a los costos poco tolerantes como los costos fijos.
3. Se recomienda al área de compras y presupuestos la capacitación constante en temas de costos y rentabilidad para garantizar la correcta gestión de la entidad, por tal motivo, es necesario tomar cursos de especialización en costos o capacitar a personal encargado de la gestión de compras.
4. Se recomienda al área logística y almacén identificar los productos que son bajos en rotación y verificar la oportunidad de cambiarlos o disminuir la adquisición de estos, ya que mantenerlos en stock en un largo periodo de tiempo genera sobrecostos y afectan directamente a la rentabilidad.

VIII. PROPUESTA

Sistema de Costeo para mejorar la rentabilidad de la empresa MARPACE E.I.R.L. del distrito de Chimbote.

Justificación:

Luego de culminada la entrevista, es de fácil observación la no existencia de un correcto control de los precios ni un entendimiento real de la productividad. En la actualidad, muchas empresas pequeñas acceden en quiebra al no tener un control conveniente de los precios incurrentes en la ejecución de sus ocupaciones, es por esa razón que se necesita la utilización de un sistema de costeo que posibilite a los elevados mandos de la entidad tomar elecciones fundamentadas en información real que posibilite aumentar la productividad de la entidad. Por tal fundamento, se sugiere la utilización de un sistema de precios con base en el reconocimiento de los egresos incurrentes en la actividad de un comercio, en donde se pueda mejorar la administración por parte del área gerencial de la entidad, efectuando pertinentemente con las metas de la organización.

Objetivo general.

Determinar la aplicación de un sistema de costeo para mejorar la rentabilidad de la empresa MARPACE E.I.R.L. del distrito de Chimbote.

Objetivos específicos.

1. Implementar un sistema de Costeo para mejorar la rentabilidad de la empresa MARPACE E.I.R.L. del distrito de Chimbote.
2. Aplicar un sistema de Costeo para mejorar la rentabilidad de la empresa MARPACE E.I.R.L. del distrito de Chimbote.
3. Evaluar un sistema de Costeo para mejorar la rentabilidad de la empresa MARPACE E.I.R.L. del distrito de Chimbote.

Sistema de Costeo para mejorar la rentabilidad de la empresa MARPACE E.I.R.L. del distrito de Chimbote.

Funciones.

Área de Compras.

1. Identificar los productos que mayormente se adquieren en la empresa.
2. Establecer un centro de costos a los productos que se compran cada periodo.
3. Reajuste de la base de datos de los costos por cada producto.
4. Correlacionar los egresos que son directamente relacionados al giro del negocio (compra de mercadería, etc.) en la hora de cálculo.
5. Informar al área logística y almacén, sobre el requerimiento de productos para la atención.
6. Brindar información al proveedor sobre las condiciones de compra.
7. Verificación de la información contenida de los productos en el sistema de la compañía.
8. Discernimiento y indeleble reajuste de la preceptiva interna de la ordenanza de compras.

Área de logística.

1. Identificar la necesidad de productos para stock en almacén.
2. Codificar y establecer centro de costos a los productos físicos y en el sistema de la compañía.
3. Realizar auditoría de las existencias en inventario físico y en el sistema de la compañía.
4. Mantener un control adecuado de las cantidades de productos en stock y sus costos por producto.
5. Mantener el control de los ingresos y salidas de productos mediante guía e informar al área de compras y ventas sobre algunas irregularidades.

Colaboradores.

Las personas responsables que van a intervenir son el área de Compras y el área de logística

Incorporación del sistema de costeo.

El presente sistema de costeo, tiene como propósito de creación, el control correcto de los egresos de la empresa y la identificación real de los costos internos. Este sistema, permitirá mejorar la rentabilidad de la empresa MARPACE EIRL.

Objetivos.

Implementar y capacitar los procedimientos de compras y control de stock estableciendo un centro de costo por cada adquisición que se realice en la entidad.

Responsables.

El cumplimiento de estas normativas que se han establecido para el área de compras y logística, es responsabilidad de los encargados como son: Personal de compras y personal de logística.

Estrategias:

- Responsables de la ejecución del sistema de costeo.
- Identificar y establecer centros de costos a las adquisiciones realizadas de manera mensual.
- Realizar seguimiento y control de las compras.

Recursos.

Humanos: personal de compras y personal de logística.

Infraestructura: Evaluación del sistema de costos en la empresa MARPACE EIRL del Distrito de Chimbote

Equipos: Útiles de oficina y escritorio, Laptop.

Cronograma de actividades

Actividades	Responsable	Participantes	Horas
Identificación de los centros de costos por producto	Personal de compras	Personal Logístico	4
Codificación de productos antiguos y nuevos	Personal de compras	Personal Logístico	3
Mantener control de los ingresos y salidas de productos	Personal Logístico	Personal de compras	1
Identificar la necesidad de abastecimiento de productos	Personal de compras	Personal Logístico	2

REFERENCIAS

Abanto, P., & Carlos, P. (2020). *Propuesta de un modelo de un diseño de costos ABC, y su incidencia en la rentabilidad en la empresa de servicio- Caso restaurante Típico el Lambayecano – Lambayeque 2018.*

https://repositorio.unprg.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12893/8856/Abanto_Pezo_Paola_Mayte_y_Piscoya_Cavero_Carlos_Javier.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Arias Carrera, M. N., & Véliz Villafuerte, T. R. (2018). *Modelo de costos en producción de banano para torchusa s.a.*

<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/reduq/27036/1/MODELO-DE-COSTOS-EN-PRODUCCI%C3%93N-DE-BANANO-PARA-TORCHUSA-S.A.-ARIAS-CARRERA-V%C3%89LZ-VLLAFERTE.pdf?msckid=8f2d8256c27911ecbe1b8af0dc1d47df>

Asiamah, N., Mensah, H., & Oteng-Abayei, E. (2017). *General, Target, and Accessible Population: Demystifying the Concepts for Effective Sampling.*

<https://search.proquest.com/openview/a8d714a1e510499d620aa697c4226f4d/1?pq-origsite=gscholar&cbl=55152>

Butt, U. (2019). *Profits, financial leverage and corporate governance.*

<https://ideas.repec.org/a/eme/ijmfpp/ijmf-03-2019-0091.html>

Cañete, N. (2020). *Coronavirus: ¿Cómo apoyar desde el sector de fomento a la innovación y las pymes?*

<https://blogs.iadb.org/innovacion/es/innovacion-coronavirus-pymes-emprendimientos/>

Castillo, N., & Mimbela, J. (2019). *El costo y su influencia en la determinación del precio de venta en la empresa Flavor Marino S.A.C. – Chimbote, 2019.*

https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/44423/Castillo_VNA-Mimbela_LJE-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Cedeno, K. M., Molina Cedeno, P., & Laje Montoya, J. (2018). *La contabilidad de costos y su relacion en el ambito de aplicacion de las entidades manufactureras o industriales.*

<file:///C:/Users/SERTEC2019/Downloads/Dialnet-LaContabilidadDeCostosYSuRelacionEnElAmbitoDeAplic-7358705.pdf>

Chaverra, J. E. (2019). *Proyecto de investigación: rentabilidad patrimonial y direccionamiento estratégico de las empresas de servicios turisticos en colombia.*

<https://repositorio.cuc.edu.co/bitstream/handle/11323/5239/PROYECTO%20DE%20INVESTIGACION%20RENTABILIDAD%20PATRIMONIAL%20Y%20DIRECCIONAMIENTO>

[ENTO%20ESTRAT%C3%89GICO%20DE%20LAS%20EMPRESAS%20DE%20SERVICIOS%20TURISTICOS%20EN%20COLOMBIA.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.usp.br/bitstream/handle/20.500.12802/6725/ENTO%20ESTRAT%C3%89GICO%20DE%20LAS%20EMPRESAS%20DE%20SERVICIOS%20TURISTICOS%20EN%20COLOMBIA.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Chimpén, E. (2020). *Centro de costos abc y su impacto en la*.

<https://repositorio.usp.br/bitstream/handle/20.500.12802/6725/Chimp%C3%A9n%20Serqu%C3%A9n%20Esgar%20Javier.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Contreras, S., Huerta, P., Navas, J., & Pedraja, L. (2017). *Influencia del grado de internacionalización sobre los resultados empresariales*.

<https://www.redalyc.org/pdf/1513/151352655004.pdf>

Corvo, H. (2019). *Análisis de costos: cómo se hace, para qué sirve y ejemplos*.

<https://www.lifeder.com/analisis-de-costos/>

Eslava, J. (2017). *Rentabilidad: analisis de costes y resultados*.

https://books.google.com.pe/books?hl=es&lr=&id=E0PIDAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA25&dq=rentabilidad&ots=VeWVGq3Ht1&sig=vs7uwjw3OCpmaV2LLa7hL-NkbyQ&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false

Estela, R. (2020). *Investigación Propositiva*.

<https://es.calameo.com/books/006239239f8a941bec906>

Evenson, R., & Kislev, Y. (2021). *A Stochastic Model of Applied Research*.

<https://www.journals.uchicago.edu/doi/abs/10.1086/260431>

Gárate, C. (2020).

El impacto de la crisis política:

<https://gestion.pe/blog/te-lo-cuento-facil/2020/09/la-crisis-politica-agrava-la-crisis-economica.html/>

García, Y. (2017). *Evaluación de los costos y propuesta de un sistema de costos por procesos en la empresa pesquera flores s.a.c en el distrito nuevo chimbote - 2017*.

https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/10248/garcia_vy.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Hernandez Sampieri, R., Fernandez , C. C., & Baptista Lucio, P. (2017). *Metodología de la investigación*.

https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/60128572/sampieri-et-al-metodologia-de-la-investigacion-4ta-edicion-sampieri-2006_ocr20190726-128374-ja0aah-with-cover-page-v2.pdf?Expires=1623809722&Signature=ZLdT~2sBoWw73gqMI93ScStXpKnEGWdwAUP9A8LsuVvKqBSb7HyAn1eoH

Hernández, R.; Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*.

<https://virtual.cuautitlan.unam.mx/rudics/?p=2612>

Hoyos, A. (2017). *Contabilidad de Costos I. Manual Autoformativo*. Universidad Continental.

Huamán, S., & Ramos, T. (2021). *Costos de inventarios y fijación de precio de venta en empresas comercializadoras de metales y minerales metalíferos San Isidro- 2020*

https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/78886/Huam%c3%a1n_YSM-Ramos_VTR-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Jaworski, J., & Czerwonka, L. (2018). *Cykl operacyjny i jego elementy składowe a rentowność spółek notowanych na GPW w Warszawie*.

<https://bazekon.uek.krakow.pl/rekord/171539667>

Lara, C. (2019). *Estrategia competitiva y rentabilidad de las empresas peruanas exportadoras de polos de algodón*.

<https://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/quipu/article/view/16162>

Lopez Aguilar, F. N. (2017). *Analisis de costos y propuesta de un sistema de costos por órdenes para la empresa panaderia bembis, nuevo chimbote - 2017*.

https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/12357/lopez_af.pdf?sequence=1&msckid=1994341ac28411eca9545963976297bd

Magallon, R. (2017). *Costos de comercialización*.

<https://www.casadellibro.com/ebook-costos-de-comercializacion-ebook/9786078384570/9136895>

Maldonado, M. (2018). *“Evaluación del control de inventarios y su influencia en la rentabilidad de la ferretería grupo empresarial moreno s.a.c - nuevo chimbote, 2017*.

https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/29695/Maldonado_LML.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Molina, O. (2017). *Rentabilidad de la producción agrícola desde la perspectiva de los costos reales: municipios Pueblo Llano y Rangel del estado Mérida, Venezuela*.

<https://www.redalyc.org/journal/4655/465552407013/movil/>

OCDE. (16 de Junio de 2020). *COVID-19 y el sector minorista: impacto y respuestas políticas*.

<https://www.oecd.org/coronavirus/policy-responses/covid-19-y-el-sector-minorista-impacto-y-respuestas-politicas-886315e6/>

Padilla, P. A. (2018). *Aplicación de lean service para la reducción de costos de la empresa de transportes de carga y mercancía ryj s.a.c, los olivos, 2017*.

https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/22850/Aponte_PPM.pdf?sequence=4&isAllowed=y

Pantoja, E. (2017). *Análisis de costos de producción y su impacto en la rentabilidad de la empresa*.

<http://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/23587/1/T3699i.pdf>

Quiroga, F. (2020). *¿Qué es el análisis de costos?*

<https://tueconomiafacil.com/que-es-el-analisis-de-costos/>

Quiroz, E. (2017). *El punto de equilibrio como una herramienta de planificación financiera y su incidencia en el estado de resultado integral*.

<http://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/1304/1/T-ULVR-1228.pdf>

Santamaría, P. (2017). *El punto de equilibrio, y su incidencia en la rentabilidad de la empresa molinera chontope s.r.l lambayeque 2016*.

https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/33150/santamaria_fp.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Varela, R. (27 de Agosto de 2019). *Precio de venta*.

<https://numdea.com/precio-de-venta.html>

Vasquez Coronel, N. W. (2019). *Análisis de costos y diseño de estrategias para mejorar la rentabilidad de los pequeños caficultores en el caserío vista alegre distrito de chontalí – cajamarca, 2017*.

https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/1840/1/TL_VazquezCoronelNixon.pdf

Vela, C. (2017). *El capital de trabajo y la rentabilidad de la empresa Comercial Yolanda Salazar Cía. Ltda., en la ciudad de Ambato en el año 2015*.

<http://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/25009/1/T3934iq.pdf>

Vilela, P., Govea, E., & Vilela, G. (2019). *Importancia de los costos y el control en la gestión de la calidad de bienes y servicios.*

<https://retosdelacienciaec.com/Revistas/index.php/retos/article/view/269>

Yilmaz, D. (2019). *Los 3 Dimensiones fundamentales de la Rentabilidad.*

<https://proyectosuntref.wixsite.com/proyectos/post/los-3-dimensiones-fundamentales-de-la-rentabilidad>

ANEXOS

Anexo 1.

Matriz de operacionalización de variables

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
Variable independiente: Costos	Según (Quiroga, 2020) Los costos permiten adoptar una que ayuda a orientar la toma de decisiones a través de la planificación y el control de actividades para lograr resultados y aumentar las ganancias.	Los costos están orientados en identificar los montos que incurren en una empresa.	Costos directos	<ul style="list-style-type: none"> ● Costo de la mercadería ● Mano de Obra directa 	Ordinal Bueno Regular Deficiente
			Costos indirectos	<ul style="list-style-type: none"> ● Costo por flete ● Energía eléctrica 	
			Costos fijos	<ul style="list-style-type: none"> ● Alquiler ● Pago al personal ● Depreciación de activos 	
			Costo variable	<ul style="list-style-type: none"> ● Servicios básicos ● Compra de mercadería 	
			Punto de equilibrio	<ul style="list-style-type: none"> ● Precio de venta unitario ● Costo variable unitario ● Costos fijos totales 	

Variable dependiente:
Rentabilidad

Al criterio del autor (Yilmaz, 2019) define que rentabilidad es la capacidad de la empresa para obtener beneficios. Así mismo, es un estudio de viabilidad en una medida del éxito o fracaso de las actividades de gestión empresarial.

La rentabilidad es la capacidad de una empresa para aprovechar sus recursos y generar ganancias a futuro.

Ratios financieras

- Rentabilidad de ventas
- Rentabilidad de Activos
- Utilidad sobre patrimonio

Ordinal y de razón

Análisis financiero de la compra de mercadería.

- Rotación de inventario
- Rotación de cuentas por pagar

Ordinal y de razón

ANEXO 2.

Instrumento de recolección de datos

5.1. *Guía de entrevista para evaluar los costos*

Estimado Colaborador:

Estimado colaborador reciba un saludo cordial, y comunicarle que estamos realizando una investigación en el campo empresarial, con el fin de conocer la realidad sobre los costos de la empresa y contribuir con un plan de mejora, por tal motivo pedimos su apoyo respondiendo el cuestionario, su respuesta es anónima y sirve sólo para fines de investigación.

Instructivo: Lea atentamente la interrogante y responda a las siguientes preguntas.

N°	Ítems	Criterios de valoración			Comentario
		Siempre	A veces	Nunca	
Dimensión costo directos		1	2	3	
1	¿Usted conoce cuánto es el costo mensual para la compra de la mercadería?		X		
2	¿Considera usted que los costos de mano obra directa son relevantes?	X			
3	¿Cree usted importante que debería disminuir los costos en mano de obra?		X		
Dimensión costos indirectos		1	2	3	
4	¿Usted conoce cuanto es el costo generado mensualmente por pago de flete cuando realiza sus compras?	X			
5	¿Usted conoce cuanto es el costo generado mensualmente por pago de energía eléctrica?	X			
6	¿Considera usted que es necesario costear los servicios de transporte de mercadería y energía eléctrica?	X			

Dimensión costos fijos		1	2	3	
7	¿Usted tiene conocimiento sobre el tipo de costo generado por el pago de alquiler?	X			
8	¿Usted tiene conocimiento sobre el tipo de costo generado por el pago al personal?	X			
9	¿Usted tiene conocimiento sobre la depreciación mensual que genera los activos en su empresa?	X			
Dimensión costos variables		1	2	3	
10	¿Usted costea los servicios básicos de agua, teléfono móvil e internet y lo registra contablemente?	X			
11	¿Usted planifica la compra de su mercadería según la necesidad que disponga el mercado?		X		
12	¿Considera relevante hacer uso de los servicios básicos en su empresa de acuerdo a su nivel de ventas?	X			
Dimensión punto de equilibrio		1	2	3	
13	¿Usted conoce cuál es el margen de ganancia originada al momento de asignar el precio a sus productos?	X			
14	¿Usted conoce cuántos productos debe vender mensualmente para no tener ganancias ni pérdidas?	X			
15	¿Usted plantea objetivos en base a su nivel de ingresos y resultados esperados de manera periódica?		X		

FICHA TÉCNICA DEL INSTRUMENTO

- 1. Nombre del instrumento:** Entrevista para los costos.
- 2. Autores:** Arias Guaylupo, Sarita del Pilar, Rodríguez Romero, Gianella Anabel.
- 3. Objetivo:** Recoger información para diagnosticar los costos de la empresa MARPACE E.I.R.L., de manera general y específica.
- 4. Usuarios:** Gerente general de la empresa MARPACE E.I.R.L.
- 5. Tiempo:** 40 minutos
- 6. Técnica:** Entrevista
- 7. Organización de ítems:**

Costos directos	- Costo de la mercadería	La empresa conoce cuánto es el costo mensual para la compra de la mercadería
-----------------	--------------------------	--

	- Mano de obra directa	La empresa considera que los costos de mano obra directa son relevantes La empresa cree importante que se debería disminuir los costos en mano de obra
Costos indirectos	- Costo por flete	La empresa conoce cuanto es el costo generado mensualmente por pago de flete cuando realiza sus compras
	- Energía eléctrica	La empresa conoce cuanto es el costo generado mensualmente por pago de energía eléctrica La empresa considera que es necesario costear los servicios de transporte de mercadería y energía eléctrica
Costos fijos	- Alquiler	Se tiene conocimiento sobre el tipo de costo generado por el pago de alquiler
	- Pago al personal	Se tiene conocimiento sobre el tipo de costo generado por el pago al personal
	- Depreciación	Se tiene conocimiento sobre la depreciación mensual que genera los activos en su empresa
Costos variables	- Servicios básicos	La empresa costea los servicios básicos de agua, teléfono móvil e internet y lo registra contablemente
	- Compra de mercadería	La empresa planifica la compra de su mercadería según la necesidad que disponga el mercado La empresa considera relevante hacer uso de los servicios básicos en su empresa de acuerdo con su nivel de ventas
Punto de equilibrio	- Precio de venta unitario	Gerencia conoce cuál es el margen de ganancia originada al momento de asignar el precio a sus productos
	- Costo variable unitario	Gerencia conoce cuántos productos debe vender mensualmente para no tener ganancias ni pérdidas
	- Costos fijos totales	Gerencia plantea objetivos en base a su nivel de ingresos y resultados esperados de manera periódica

Escalas de conversión de intervalo de la variable toma de decisiones y sus dimensiones

Nivel de competencias emocionales					
Variable	Total de ítems	Puntaje	Escala	Valoración	Descripción
Los costos	10	30	26-30	Bueno	La empresa cumple con el 90% de atención frente a las exigencias requeridas.
			21-25	Regular	La empresa

					cumple con el 60% de atención frente a las exigencias requeridas.
			10-20	Deficiente	La empresa cubre solo un 40% de atención frente a las exigencias requeridas.
Dimensiones de estructura contable					
Dimensión	Total de ítems	Puntaje	Escala	Valoración	Descripción
Costos directos	02	06	5-6	Bueno	La empresa cumple con el 90% de atención frente a las exigencias requeridas.
			4-5	Regular	La empresa cumple con el 60% de atención frente a las exigencias requeridas.
			2-3	Deficiente	La empresa cubre solo un 40% de atención frente a las exigencias requeridas.
Costos indirectos	02	06	5-6	Bueno	La empresa cumple con el 90% de atención frente a las exigencias requeridas.
			4-5	Regular	La empresa cumple con el 60% de atención frente a las exigencias requeridas.
			2-3	Deficiente	La empresa cubre solo un 40% de atención frente

					a las exigencias requeridas.
Costos fijos	02	06	5-6	Bueno	La empresa cumple con el 90% de atención frente a las exigencias requeridas.
			4-5	Regular	La empresa cumple con el 60% de atención frente a las exigencias requeridas.
			2-3	Deficiente	La empresa cubre solo un 40% de atención frente a las exigencias requeridas.
Costos variables	02	06	5-6	Bueno	La empresa cumple con el 90% de atención frente a las exigencias requeridas.
			4-5	Regular	La empresa cumple con el 60% de atención frente a las exigencias requeridas.
			2-3	Deficiente	La empresa cubre solo un 40% de atención frente a las exigencias requeridas.
Punto de equilibrio	02	06	5-6	Bueno	La empresa cumple con el 90% de atención frente a las exigencias requeridas.
			4-5	Regular	La empresa cumple con el 60% de atención frente a las exigencias requeridas.
			2-3	Deficiente	La empresa cubre solo un

					40% de atención frente a las exigencias requeridas.
--	--	--	--	--	---

DIRECTIVA DE INVESTIGACIÓN N° 001-2022-VI-UCV AUTORIZACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN PARA PUBLICAR SU IDENTIDAD EN LOS RESULTADOS DE LAS INVESTIGACIONES

Nombre de la Organización:	RUC: 20602728367
MARPACE E.I.R.L	
Nombre del Titular o Representante legal:	
Nombres y Apellidos: Rivera Maquera Luis Alberto	DNI: 32959758

Datos Generales

Consentimiento:

Nombre del Trabajo de Investigación	
Los costos y su incidencia en la rentabilidad de la empresa MARPACE E.I.R.L., Nuevo Chimbote-2021.	
Nombre del Programa Académico: Contabilidad	
Autora: ARIAS GUAYLUPO, Sarita del Pilar RODRIGUEZ ROMERO, Gianella Anabel	DNI: 78546424 72691787

De conformidad con lo establecido en el artículo 7º, literal "f" del Código de Ética en Investigación de la Universidad César Vallejo (*), autorizo [], no autorizo [] publicar LA IDENTIDAD DE LA ORGANIZACIÓN, en la cual se lleva a cabo la investigación:

En caso de autorizarse, soy consciente que la investigación será alojada en el Repositorio Institucional de la UCV, la misma que será de acceso abierto para los usuarios y podrá ser referenciada en futuras investigaciones, dejando en claro que los derechos de propiedad intelectual corresponden exclusivamente a la autora del estudio.

Lugar y Fecha: Chimbote, viernes 12 de mayo de 2022


 LUÍS A. RIVERA MAQUERA
 GERENTE

FIRMA

(*) Código de Ética en Investigación de la Universidad César Vallejo-Artículo 7º, literal " f " **Para difundir o publicar los resultados de un trabajo de investigación es necesario mantener bajo anonimato el nombre de la institución donde se llevó a cabo el estudio, salvo el caso en que haya un acuerdo formal con el gerente o director de la organización, para que se difunda la identidad de la institución.** Por ello, tanto en los proyectos de investigación como en los informes o tesis, no se deberá incluir la denominación de la organización, pero sí será necesario describir sus características.

MATRIZ DE VALIDACIÓN															
VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADORES	ÍTEMS	OPCIÓN DE RESPUESTA			CRITERIOS DE EVALUACIÓN								OBSERVACIÓN Y/O RECOMENDACIONES
				Nunca	A veces	Siempre	RELACIÓN ENTRE LA VARIABLE Y LA DIMENSIÓN		RELACIÓN ENTRE LA DIMENSIÓN Y EL INDICADOR		RELACIÓN ENTRE EL INDICADOR Y EL ÍTEM		RELACIÓN ENTRE EL ÍTEM Y LA OPCIÓN DE RESPUESTA		
							SÍ	NO	SÍ	NO	SÍ	NO	SÍ	NO	
L O S C O S T O S	Costos directos	- Costo de la mercadería - Mano de obra directa	¿Usted conoce cuánto es el costo mensual para la compra de la mercadería?				X		X		X		X		
			¿Considera usted que los costos de mano obra directa son relevantes?				X		X		X		X		
			¿Cree usted importante que debería disminuir los costos en mano de obra?				X		X		X		X		
	Costos indirectos	- Costo por flete - Energía eléctrica	¿Usted conoce cuanto es el costo generado mensualmente por pago de flete cuando realiza sus compras?				X		X		X		X		
			¿Usted conoce cuanto es el costo generado mensualmente por pago de energía eléctrica?				X		X		X		X		
			¿Considera usted que es necesario costear los servicios de transporte de mercadería y energía eléctrica?				X		X		X		X		
	Costos fijos	- Alquiler personal - Depreciación	¿Usted tiene conocimiento sobre el tipo de costo generado por el pago de alquiler?				X		X		X		X		
			¿Usted tiene conocimiento sobre el tipo de costo generado por el pago al personal?				X		X		X		X		
			¿Usted tiene conocimiento sobre la depreciación mensual que genera los activos en su empresa?				X		X		X		X		
	Costos variables	- Servicios básicos	¿Usted costea los servicios básicos de agua, teléfono móvil e internet y lo registra contablemente?				X		X		X		X		

	- Compra de mercadería	¿Usted planifica la compra de su mercadería según la necesidad que disponga el mercado?				X		X		X		X	
		¿Considera relevante hacer uso de los servicios básicos en su empresa de acuerdo a su nivel de ventas?				X		X		X		X	
Punto de equilibrio	- Precio de venta unitario	¿Usted conoce cuál es el margen de ganancia originada al momento de asignar el precio a sus productos?				X		X		X		X	
	- Costo variable unitario	¿Usted conoce cuántos productos debe vender mensualmente para no tener ganancias ni pérdidas?				X		X		X		X	
	- Costos fijos totales	¿Usted plantea objetivos en base a su nivel de ingresos y resultados esperados de manera periódica?				X		X		X		X	



Firma del experto informante
DNI: 45978791
ORCID: 0000-0001-8976-8670

DATOS DEL EVALUADOR Y VALORACIÓN DEL INSTRUMENTO

NOMBRE DEL INSTRUMENTO: Entrevista para recoger información de los costos.

OBJETIVO: Recoger información sobre los costos, de modo general y específico, al gerente de la empresa.

DIRIGIDO A: LUIS ALBERTO RIVERA MAQUERA, gerente general de la empresa MARPACE E.I.R.L.

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR: GOICOCHEA MAQUI ARMANDO JOE

GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR: Magister en Gestión Pública y Contabilidad.

VALORACIÓN:

Aprobado	Desaprobado
X	



Armando J. Goicochea Maqui
MARTINICA OROQUI

Firma del experto informante
DNI: 45978791
ORCID: 0000-0001-8976-8670

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DE LOS INSTRUMENTOS

CUESTIONARIO PARA EVALUAR EL ANALISIS LOS COSTOS

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Observaciones
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
	Dimensión 1. Costos directos	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1	¿Usted conoce cuánto es el costo mensual para la compra de la mercadería?	X		X		X		
2	¿Considera usted que los costos de mano obra directa son relevantes?	X		X		X		
3	¿Cree usted importante que debería disminuir los costos en mano de obra?	X		X		X		
	Dimensión 2. Costos indirectos	X		X		X		
4	¿Usted conoce cuanto es el costo generado mensualmente por pago de flete cuando realiza sus compras?	X		X		X		
5	¿Usted conoce cuanto es el costo generado mensualmente por pago de energía eléctrica?	X		X		X		
6	¿Considera usted que es necesario costear los servicios de transporte de mercadería y energía eléctrica?	X		X		X		
	Dimensión 3. Costos fijos	X		X		X		
7	¿Usted tiene conocimiento sobre el tipo de costo generado por el pago de alquiler?	X		X		X		
8	¿Usted tiene conocimiento sobre el tipo de costo generado por el pago al personal?	X		X		X		
9	¿Usted tiene conocimiento sobre la depreciación mensual que genera los activos en su empresa?	X		X		X		
	Dimensión 4. Costos variables	X		X		X		
10	¿Usted costea los servicios básicos de agua, teléfono móvil e internet y lo registra contablemente?	X		X		X		
11	¿Usted planifica la compra de su mercadería según la necesidad que disponga el mercado?	X		X		X		
12	¿Considera relevante hacer uso de los servicios básicos en su empresa de acuerdo a su nivel de ventas?	X		X		X		

	Dimensión 5. Punto de equilibrio	X		X		X		
13	¿Usted conoce cuál es el margen de ganancia originada al momento de asignar el precio a sus productos?	X		X		X		
14	¿Usted conoce cuántos productos debe vender mensualmente para no tener ganancias ni pérdidas?	X		X		X		
15	¿Usted plantea objetivos en base a su nivel de ingresos y resultados esperados de manera periódica?	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Cuestionario aprobado para su aplicación

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

Apellidos y nombres del juez validador: JULIO PACHECO TORRES. ORCID: (0000-0001-5595-8345)

Especialidad del validador: Contabilidad

Junio 10, del 2022

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

MATRIZ DE VALIDACIÓN

VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADORES	ÍTEMS	OPCIÓN DE RESPUESTA			CRITERIOS DE EVALUACIÓN								OBSERVACIÓN Y/O RECOMENDACIONES
				Nunca	A veces	Siempre	RELACIÓN ENTRE LA VARIABLE Y LA DIMENSIÓN		RELACIÓN ENTRE LA DIMENSIÓN Y EL INDICADOR		RELACIÓN ENTRE EL INDICADOR Y EL ÍTEM		RELACIÓN ENTRE EL ÍTEM Y LA OPCIÓN DE RESPUESTA		
							SÍ	NO	SÍ	NO	SÍ	NO	SÍ	NO	
COSTOS	Costos directos	- Costo de la mercadería - Mano de obra directa	¿Usted conoce cuánto es el costo mensual para la compra de la mercadería?				X		X		X		X		
			¿Considera usted que los costos de mano obra directa son relevantes?				X		X		X		X		
			¿Cree usted importante que debería disminuir los costos en mano de obra?				X		X		X		X		
	Costos indirectos	- Costo por flete - Energía eléctrica	¿Usted conoce cuanto es el costo generado mensualmente por pago de flete cuando realiza sus compras?				X		X		X		X		
			¿Usted conoce cuanto es el costo generado mensualmente por pago de energía eléctrica?				X		X		X		X		
			¿Considera usted que es necesario costear los servicios de transporte de mercadería y energía eléctrica?				X		X		X		X		
	Costos fijos	- Alquiler personal - Pago al personal - Depreciación	¿Usted tiene conocimiento sobre el tipo de costo generado por el pago de alquiler?				X		X		X		X		
			¿Usted tiene conocimiento sobre el tipo de costo generado por el pago al personal?				X		X		X		X		
			¿Usted tiene conocimiento sobre la depreciación mensual que genera los activos en su empresa?				X		X		X		X		
	Costos variables	- Servicios básicos - Compra de	¿Usted costea los servicios básicos de agua, teléfono móvil e internet y lo registra contablemente?				X		X		X		X		
			¿Usted planifica la compra de su mercadería según la necesidad que				X		X		X		X		

	mercadería	disponga el mercado?											
		¿Considera relevante hacer uso de los servicios básicos en su empresa de acuerdo a su nivel de ventas?				X		X		X		X	
Punto de equilibrio	- Precio de venta unitario	¿Usted conoce cuál es el margen de ganancia originada al momento de asignar el precio a sus productos?				X		X		X		X	
	- Costo variable unitario	¿Usted conoce cuántos productos debe vender mensualmente para no tener ganancias ni pérdidas?				X		X		X		X	
	- Costos fijos totales	¿Usted plantea objetivos en base a su nivel de ingresos y resultados esperados de manera periódica?				X		X		X		X	



Firma del experto informante
DNI: 32983259
ORCID: 0000-0001-5595-8345

DATOS DEL EVALUADOR Y VALORACIÓN DEL INSTRUMENTO

NOMBRE DEL INSTRUMENTO: Entrevista para recoger información de los costos.

OBJETIVO: Recoger información sobre los costos, de modo general y específico, al gerente de la empresa.

DIRIGIDO A: LUIS ALBERTO RIVERA MAQUERA, gerente general de la empresa MARPACE E.I.R.L.

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR: JULIO PACHECO TORRES

GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR: Contador público colegiado y Doctor en administración.

VALORACIÓN:

Aprobado	Desaprobado
x	



Firma del experto informante
DNI: 32983259
ORCID: 0000-0001-5595-8345

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DE LOS INSTRUMENTOS

CUESTIONARIO PARA EVALUAR LOS COSTOS

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Observaciones
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
	Dimensión 1. Costos directos							
1	¿Usted conoce cuánto es el costo mensual para la compra de la mercadería?	X		X		X		
2	¿Considera usted que los costos de mano obra directa son relevantes?	X		X		X		
3	¿Cree usted importante que debería disminuir los costos en mano de obra?	X		X		X		
	Dimensión 2. Costos indirectos	X		X		X		
4	¿Usted conoce cuanto es el costo generado mensualmente por pago de flete cuando realiza sus compras?	X		X		X		
5	¿Usted conoce cuanto es el costo generado mensualmente por pago de energía eléctrica?	X		X		X		
6	¿Considera usted que es necesario costear los servicios de transporte de mercadería y energía eléctrica?	X		X		X		
	Dimensión 3. Costos fijos	X		X		X		
7	¿Usted tiene conocimiento sobre el tipo de costo generado por el pago de alquiler?	X		X		X		
8	¿Usted tiene conocimiento sobre el tipo de costo generado por el pago al personal?	X		X		X		
9	¿Usted tiene conocimiento sobre la depreciación mensual que genera los activos en su empresa?	X		X		X		
	Dimensión 4. Costos variables	X		X		X		
10	¿Usted costea los servicios básicos de agua, teléfono móvil e internet y lo registra contablemente?	X		X		X		
11	¿Usted planifica la compra de su mercadería según la necesidad que disponga el mercado?	X		X		X		
12	¿Considera relevante hacer uso de los servicios básicos en su empresa de acuerdo a su nivel de ventas?	X		X		X		
	Dimensión 5. Punto de equilibrio	X		X		X		

13	¿Usted conoce cuál es el margen de ganancia originada al momento de asignar el precio a sus productos?	X		X		X		
14	¿Usted conoce cuántos productos debe vender mensualmente para no tener ganancias ni pérdidas?	X		X		X		
15	¿Usted plantea objetivos en base a su nivel de ingresos y resultados esperados de manera periódica?	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Cuestionario aprobado para su aplicación

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

Apellidos y nombres del juez validador: ROLANDO DE LA CRUZ. ORCID: (0000-0001-5495-465X)

Especialidad del validador: Contabilidad

Junio 10, del 2022

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

MATRIZ DE VALIDACIÓN

VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADORES	ÍTEMS	OPCIÓN DE RESPUESTA			CRITERIOS DE EVALUACIÓN								OBSERVACIÓN Y/O RECOMENDACIONES
				Nunca	A veces	Siempre	RELACIÓN ENTRE LA VARIABLE Y LA DIMENSIÓN		RELACIÓN ENTRE LA DIMENSIÓN Y EL INDICADOR		RELACIÓN ENTRE EL INDICADOR Y EL ÍTEM		RELACIÓN ENTRE EL ÍTEM Y LA OPCIÓN DE RESPUESTA		
							SÍ	NO	SÍ	NO	SÍ	NO	SÍ	NO	
LOS COSTOS	Costos directos	- Costo de la mercadería - Mano de obra directa	¿Usted conoce cuánto es el costo mensual para la compra de la mercadería?				X		X		X		X		
			¿Considera usted que los costos de mano obra directa son relevantes?				X		X		X		X		
			¿Cree usted importante que debería disminuir los costos en mano de obra?				X		X		X		X		
	Costos indirectos	- Costo por flete - Energía eléctrica	¿Usted conoce cuanto es el costo generado mensualmente por pago de flete cuando realiza sus compras?				X		X		X		X		
			¿Usted conoce cuanto es el costo generado mensualmente por pago de energía eléctrica?				X		X		X		X		
			¿Considera usted que es necesario costear los servicios de transporte de mercadería y energía eléctrica?				X		X		X		X		
	Costos fijos	- Alquiler personal - Pago al Depreciación	¿Usted tiene conocimiento sobre el tipo de costo generado por el pago de alquiler?				X		X		X		X		
			¿Usted tiene conocimiento sobre el tipo de costo generado por el pago al personal?				X		X		X		X		
			¿Usted tiene conocimiento sobre la depreciación mensual que genera los activos en su empresa?				X		X		X		X		
	Costos variables	- Servicios básicos - Compra de	¿Usted costea los servicios básicos de agua, teléfono móvil e internet y lo registra contablemente?				X		X		X		X		
¿Usted planifica la compra de su mercadería según la necesidad que						X		X		X		X			

	mercadería	disponga el mercado?											
		¿Considera relevante hacer uso de los servicios básicos en su empresa de acuerdo a su nivel de ventas?				X		X		X		X	
Punto de equilibrio	- Precio de venta unitario	¿Usted conoce cuál es el margen de ganancia originada al momento de asignar el precio a sus productos?				X		X		X		X	
	- Costo variable unitario	¿Usted conoce cuántos productos debe vender mensualmente para no tener ganancias ni pérdidas?				X		X		X		X	
	- Costos fijos totales	¿Usted plantea objetivos en base a su nivel de ingresos y resultados esperados de manera periódica?				X		X		X		X	



Firma del experto informante
DNI: 18014068
ORCID: 0000-0001-5495-465X

DATOS DEL EVALUADOR Y VALORACIÓN DEL INSTRUMENTO

NOMBRE DEL INSTRUMENTO: Entrevista para recoger información de los costos.

OBJETIVO: Recoger información sobre los costos, de modo general y específico, al gerente de la empresa.

DIRIGIDO A: LUIS ALBERTO RIVERA MAQUERA, gerente general de la empresa MARPACE E.I.R.L.

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR: ROLANDO DE LA CRUZ.

GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR: Magister en Contabilidad.

VALORACIÓN:

Aprobado	Desaprobado
x	



Firma del experto informante
DNI: 18014068
ORCID: 0000-0001-5495-465X

Análisis de la validación de contenido a nivel de expertos “Guía de entrevista sobre toma de decisiones”

Del análisis consolidado del coeficiente de validez de contenido a través de la V de Aiken a 3 expertos consultados sobre los ítems propuestos en la “Guía de entrevista sobre el los costos” no sugiere corrección o eliminación de ítem alguno, por ser > 0.80 y ≤ 1.00 (1.00). Por lo que se considera que la “Guía de entrevista sobre toma de decisiones” posee una fuerte validez de contenido.

Validez de contenido general y específico

Dimensión	Ítems	Criterios	Expertos			Total (5)	V. Aiken	Validez por ítems	
			1	2	3				
Cualidad de textos	ítem1	Pertinencia	1	1	1	3	1.00	Validez fuente	
		Relevancia	1	1	1	3	1.00	Validez fuente	
		Claridad	1	1	1	3	1.00	Validez fuente	
	ítem2	Pertinencia	1	1	1	3	1.00	Validez fuente	
		Relevancia	1	1	1	3	1.00	Validez fuente	
		Claridad	1	1	1	3	1.00	Validez fuente	
	ítem3	Pertinencia	1	1	1	3	1.00	Validez fuente	
		Relevancia	1	1	1	3	1.00	Validez fuente	
		Claridad	1	1	1	3	1.00	Validez fuente	
Institucionalización	ítem4	Pertinencia	2	1	2	5	1.00	Validez fuente	
		Relevancia	1	1	2	4	1.00	Validez fuente	
		Claridad	2	1	2	5	1.00	Validez fuente	
	ítem5	Pertinencia	2	1	2	5	1.00	Validez fuente	
		Relevancia	2	2	2	6	1.00	Validez fuente	
		Claridad	2	1	2	5	1.00	Validez fuente	
	ítem6	Pertinencia	2	2	2	6	1.00	Validez fuente	
		Relevancia	2	1	2	5	1.00	Validez fuente	
		Claridad	2	1	2	5	1.00	Validez fuente	
	Normativa	ítem7	Pertinencia	2	2	2	6	1.00	Validez fuente
			Relevancia	2	2	2	6	1.00	Validez fuente
			Claridad	2	2	2	6	1.00	Validez fuente
ítem8		Pertinencia	2	2	2	6	1.00	Validez fuente	
		Relevancia	2	2	2	6	1.00	Validez fuente	
		Claridad	2	2	2	6	1.00	Validez fuente	
ítem9		Pertinencia	2	2	2	6	1.00	Validez fuente	
		Relevancia	2	2	2	6	1.00	Validez fuente	
		Claridad	2	2	2	6	1.00	Validez fuente	
Capacitación	ítem10	Pertinencia	2	2	2	6	1.00	Validez fuente	
		Relevancia	2	2	2	6	1.00	Validez fuente	
		Claridad	2	2	2	6	1.00	Validez fuente	
	ítem11	Pertinencia	1	1	1	3	1.00	Validez fuente	
		Relevancia	1	1	1	3	1.00	Validez fuente	
		Claridad	1	1	1	3	1.00	Validez fuente	
Punto de equilibrio	ítem12	Pertinencia	1	1	1	3	1.00	Validez fuente	
		Relevancia	1	1	1	3	1.00	Validez fuente	
		Claridad	1	1	1	3	1.00	Validez fuente	
	ítem14	Pertinencia	1	1	1	3	1.00	Validez fuente	
		Relevancia	1	1	1	3	1.00	Validez fuente	
		Claridad	1	1	1	3	1.00	Validez fuente	
ítem15	Pertinencia	1	1	1	3	1.00	Validez fuente		
	Relevancia	1	1	1	3	1.00	Validez fuente		
	Claridad	1	1	1	3	1.00	Validez fuente		
Total							1.00	Validez fuente	

Consolidado de validez de contenido

Dimensión	Pertinencia	Relevancia	Claridad	especifica
Costos directos	1.00	1.00	1.00	1.00
Costos indirectos	1.00	1.00	1.00	1.00
Costos fijos	1.00	1.00	1.00	1.00
Costos variables	1.00	1.00	1.00	1.00
Punto de equilibrio	1.00	1.00	1.00	1.00
Puntuación general	1.00	1.00	1.00	1.00

Análisis de confiabilidad del instrumento.

“Guía de entrevista para evaluar los costos”

Se aplicó una prueba piloto del “**Guía de entrevista para evaluar los costos**” a una muestra no probabilística por conveniencia de 08 colaboradores de diferentes compañías del mismo rubro que la empresa MARPACE EIRL, sin afectar a la muestra de estudio, con el objetivo de depurar los 15 ítems propuestos en el instrumento. Del análisis de los coeficientes de correlación corregido ítem-total en sus cinco dimensiones de la “Guía de entrevista para evaluar los costos” no sugiere la eliminación de ítem alguno, por ser superiores a 0.20; así mismo el valor del coeficiente de consistencia interna alpha de crombach del instrumento es de 0.699, en promedio y de sus dimensiones (0.700 en Costos Directos, 0.708 en Costos Indirectos, 0.699 en Costos fijos, 0.694 en Costos Variables y 0.692 en Punto de equilibrio). La puntuación de los ítems (oscilaron entre 0.64 y 0.77). Por lo que se considera que el “Guía de entrevista para evaluar los costos” tiene una alta confiabilidad.

Coeficiente de correlación corregido ítem-total

	COSTOS DIRECTOS	COSTOS INDIRECTOS	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES	PUNTO DE EQUILIBRIO

I1	0.370				
I2	0.358				
I3	0.294				
I4		0.005			
I5		0.523			
I6		0.377			
I7			0.733		
I8			0.399		
I9			-0.576		
I10				0.372	
I11				0.284	
I12				0.463	
I13					0.422
I14					0.340
I15					0.412
Correlación por dimensiones	0.340	0.302	0.185	0.373	0.391
Correlación total	0.318				

Coefficiente de confiabilidad corregido ítem-total

	COSTOS DIRECTOS	COSTOS INDIRECTOS	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES	PUNTO DE EQUILIBRIO
I1	0.695				
I2	0.701				
I3	0.704				
I4		0.735			
I5		0.695			
I6		0.694			
I7			0.635		
I8			0.696		
I9			0.767		
I10				0.695	
I11				0.705	
I12				0.682	
I13					0.688
I14					0.699
I15					0.689
Confiabilidad por dimensiones	0.700	0.708	0.699	0.694	0.692
Confiabilidad total	0.699				

Anexo 2.2.

Reporte de los Estados Financieros de la Empresa MARPACE E.I.R.L



REPORTE DEFINITIVO

FORMULARIO 710 RENTA ANUAL 2021
TERCERA CATEGORÍA - ITF

ESTADOS FINANCIEROS

Número de RUC:	20002728367	Razón Social :	MARPACE E.I.R.L.
Periodo Tributario :	202113	Número de Orden:	1002093591
Número de Formulario	0710	Fecha Presentación:	30/03/2022

Estados Financieros

Estado de Situación Financiera (Balance General - Valor Histórico al 31 de dic. 2021)

ACTIVO		PASIVO	
Efectivo y equivalentes en efectivo	355	401	0
Inversiones financieras	360	402	7576
Clas. por cobrar comerciales - ter	361	403	1000
Clas. por cobrar comerciales - telec.	362	404	0
Cuentas por cobrar al personal, accionistas) y directores	363	405	0
Clas. por cobrar diversas - terceros	364	406	254644
Clas. por cobrar diversas - relacionados	365	407	0
Serv. y otros contratados por anticipo	366	408	0
Estimado de clas. de cobranza dudosa	367	409	30716
Merchandises	368	410	0
Productos terminados	369	411	13493
Subproductos, desechos y desperdicios	370	412	30000
Productos en proceso	371		
Materias primas	372		
Materias aux., suministros y repuestos	373		
Encomas y embalajes	374		
Inventarios por recibir	375		
Desvalorización de inventarios	376		
Activos no clas. mantenidos por la vida	377		
Otros activos corrientes	378		
Inversiones mobiliarias	379		
Propiedades de inversión (1)	380		
Activos por derecho de uso (2)	381		
Propiedades, planta y equipo	382		
Depreciación de I,2 y PPE acumulados	383		
Intangibles	384		
Activos biológicos	385		
Deprec. act biológico y amortiz. acumulada	386		
Desarrollo de activo inmovilizado	387		
Activo diferido	388		
Otros activos no corrientes	389		
TOTAL ACTIVO NETO	390		
		401	30000
		402	7576
		403	1000
		404	0
		405	0
		406	254644
		407	0
		408	0
		409	30716
		410	0
		411	13493
		412	30000
		TOTAL PASIVO	30000
		PATRIMONIO	
		414	7576
		415	0
		416	0
		417	(0)
		418	0
		419	0
		420	0
		421	100000
		422	(0)
		423	5568
		424	(0)
		TOTAL PATRIMONIO	230148
		TOTAL PATRIMONIO Y PASIVO	540177



REPORTE DEFINITIVO

FORMULARIO 710 RENTA ANUAL 2021
TERCERA CATEGORÍA - ITF**Estado de Resultados**

Estado de Resultados Del 01/01 al 31/12 de 2021		
Ventas netas o Ing. por servicios	461	1227566
Desc. rebajas y bonif. concedidas	462	(0)
Ventas netas	463	1227566
Costo de ventas	464	(1107114)
Resultado bruto de utilidad	466	11084
Resultado bruto de pérdida	467	(0)
Gasto de ventas	468	(29536)
Gasto de administración	469	(15746)
Resultado de operación utilidad	470	6500
Resultado de operación pérdida	471	(0)
Gastos financieros	472	(3965)
Ingresos financieros gravados	473	0
Otros ingresos gravados	475	1
Otros ingresos no gravados	476	0
Enaj. de val. y bienes del act. F.	477	0
Costo enajen. de val y bienes a. f.	478	(0)
Gastos diversos	480	(0)
REI del ejercicio positivo	481	0
Resultado antes de part. Utilidad	484	6163
Resultado antes de part. Pérdida	485	(0)
Distribución legal de la renta	486	(0)
Resultado antes del imp. - Utilidad	487	6163
Resultado antes del imp. - Pérdida	489	(0)
Impuesto a la renta	490	(6166)
Resultado de ejercicio - Utilidad	492	6668
Resultado de ejercicio - Pérdida	493	(0)

Reporte de rentabilidad

Ítem	Ratios	2020	2021	Comentario
Rentabilidad	Rentabilidad de Ventas (Utilidad Neta / Ventas)	0.05	0.05	Durante el ejercicio 2020 y 2021 por cada S/.1.00 vendido se llegaba a generar S/ 0.05, los cuales eran destinados al pago de los dividendos de los accionistas.
	Rentabilidad de los Activos (Utilidad Neta / Activos)	0.14	0.10	En el siguiente resultado podemos ver que, por cada sol invertido en los activos, se ha generado durante el 2020 un 14% de ganancia neta y en el 2021 un 10% de utilidad neta.
	Rentabilidad del capital (Utilidad Neta / Patrimonio)	0.42	0.24	El resultado demuestra que, por cada sol invertido en la empresa, ésta en el 2020 acumuló S/. 42 mientras que en el 2021 solo alcanzaba los S/. 0.24.

ANEXO 3.

Consentimiento de información

AUTORIZACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN PARA PUBLICAR SU IDENTIDAD EN LOS RESULTADOS DE LAS INVESTIGACIONES

Nombre de la Organización:	RUC: 20602728367
MARPACE E.I.R.L	
Nombre del Titular o Representante legal:	
Nombres y Apellidos: Rivera Maquera Luis Alberto	DNI: 32959758

Datos Generales

Consentimiento:

Nombre del Trabajo de Investigación	
Los costos y su incidencia en la rentabilidad de la empresa MARPACE E.I.R.L., Nuevo Chimbote-2021.	
Nombre del Programa Académico: Contabilidad	
Autora: ARIAS GUAYLUPO, Sarita del Pilar RODRIGUEZ ROMERO, Gianella Anabel	DNI: 78546424 72691787

De conformidad con lo establecido en el artículo 7º, literal "f" del Código de Ética en Investigación de la Universidad César Vallejo (*), autorizo [], no autorizo [] publicar LA IDENTIDAD DE LA ORGANIZACIÓN, en la cual se lleva a cabo la investigación:

En caso de autorizarse, soy consciente que la investigación será alojada en el Repositorio Institucional de la UCV, la misma que será de acceso abierto para los usuarios y podrá ser referenciada en futuras investigaciones, dejando en claro que los derechos de propiedad intelectual corresponden exclusivamente a la autora del estudio.

Lugar y Fecha: Chimbote, viernes 12 de mayo de 2022



FIRMA

(*) Código de Ética en Investigación de la Universidad César Vallejo-Artículo 7º, literal " f " Para difundir o publicar los resultados de un trabajo de investigación es necesario mantener bajo anonimato el nombre de la institución donde se llevó a cabo el estudio, salvo el caso en que haya un acuerdo formal con el gerente o director de la organización, para que se difunda la identidad de la institución. Por ello, tanto en los proyectos de investigación como en los informes o tesis, no se deberá incluir la denominación de la organización, pero sí será necesario describir sus características.

Anexo 4.

Constancia de autorización de la investigación

MARPACE E.I.R.L.

EL GERENTE GENERAL DE LA EMPRESA MARPACE E.I.R.L de Nuevo Chimbote, QUE SUSCRIBE

HACE CONTAR

Que ARIAS GUAYLUPO, Sarita y RODRIGUEZ ROMERO, Gianella, estudiantes del X ciclo de estudios de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO de la SEDE de CHIMBOTE, realizarán una ENTREVISTA GUIADA y el análisis del ESTADO DE RESULTADOS de su PROYECTO DE INVESTIGACIÓN TITULADO: “Los costos y su incidencia en la rentabilidad de la empresa MARPACE E.I.R.L., Nuevo Chimbote-2021”.

La investigación se desarrollará durante los meses de enero a diciembre del 2022 y se ha otorgado plena AUTORIZACIÓN para desarrollarla.

Se expide la presente CONSTANCIA a solicitud de los interesados fines que estimen convenientes.

Chimbote, 15 de mayo de 2022


LIDIA A. Xivero Maquera
GERENTE

FIRMA



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, GUTIERREZ ULLOA CRISTIAN RAYMOUND, docente de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de CONTABILIDAD de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - CHIMBOTE, asesor de Tesis titulada: "Los costos y su incidencia en la rentabilidad de la empresa MARPACE E.I.R.L., Nuevo Chimbote – 2021", cuyos autores son ARIAS GUAYLUPO SARITA DEL PILAR, RODRIGUEZ ROMERO GIANELLA ANABEL, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 17.00%, 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.

CHIMBOTE, 24 de Noviembre del 2022

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
GUTIERREZ ULLOA CRISTIAN RAYMOUND DNI: 41056767 ORCID: 0000-0001-9791-9627	Firmado electrónicamente por: CRISTIANG el 04-12- 2022 19:22:26

Código documento Trilce: TRI - 0454033