



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**  
ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

Contabilidad de costos y rentabilidad de micro y pequeñas empresas  
comerciales de prendas de vestir en el mercado modelo de  
Lambayeque

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:  
Contador Público

**AUTORA:**

Alvarez Santa Cruz, Pamela Denisse (orcid.org/0000-0002-5895-5884)

**ASESOR:**

Mg. Garcia Vera, Waldemar Ramon (orcid.org/0000-0002-4766-1290)

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Tributación

CHICLAYO - PERÚ

2022

## **Dedicatoria**

A mis queridos padres por el incondicional apoyo que me han brindado todo este tiempo y que ha servido de soporte para alcanzar todos los logros en mi vida.

A mis hermanos y demás familiares por el apoyo constante y consejos que me permitieron forjarme grandes metas y no parar hasta alcanzarlas

Pamela

## **Agradecimiento**

Agradezco a la Universidad César Vallejo Sede Chiclayo, por llevarme a cumplir este gran sueño, de ser profesional, y a mis maestros que compartieron sus conocimientos durante estos 5 maravillosos años.

A mis compañeros de aula que durante este tiempo fueron una segunda familia y que son motivos de los más gratos recuerdos y que contribuyeron a mi crecimiento personal y profesional.

A los comerciantes de prendas de vestir del Mercado Modelo de Lambayeque por su valioso tiempo que me brindaron para ser posible esta investigación.

## Índice de contenidos

Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento.....	iii
Índice de contenidos.....	iv
Índice de tablas.....	v
Índice de figuras.....	vi
Resumen.....	vii
Abstract.....	viii
I. INTRODUCCIÓN.....	9
II. MARCO TEÓRICO.....	17
III.METODOLOGÍA.....	30
3.1. Tipo y diseño de investigación.....	30
3.2. Variables y operacionalización.....	31
3.3. Población, muestra y muestreo.....	33
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	33
3.5. Métodos de análisis de datos.....	33
3.6. Aspectos éticos.....	34
IV. RESULTADOS.....	35
V. DISCUSIÓN.....	46
VI. CONCLUSIONES.....	48
VII. RECOMENDACIONES.....	49
REFERENCIAS.....	50
ANEXOS.....	52

## Índice de Tablas

Tabla 1. Si los comerciantes de prendas de vestir del Mercado Modelo de Lambayeque tienen un contador	35
Tabla 2. Registros de los costos de los comerciantes de prendas de vestir del Mercado Modelo de Lambayeque.	36
Tabla 3. Si los comerciantes de prendas de vestir del Mercado Modelo de Lambayeque cuentan con registros o libros contables	37
Tabla 4. Si los comerciantes de prendas de vestir del Mercado Modelo de Lambayeque llevan control de inventarios	38
Tabla 5. Si los comerciantes de prendas de vestir del Mercado Modelo de Lambayeque consideran los fletes en los costos	39
Tabla 6. Si los comerciantes de prendas de vestir del Mercado Modelo de Lambayeque planifican estrategias para reducir sus costos	40
Tabla 7. Si los comerciantes de prendas de vestir del Mercado Modelo de Lambayeque conocen cuánto gana exactamente cada mes	41
Tabla 8. Si los comerciantes de prendas de vestir del Mercado Modelo de Lambayeque diferencia entre una rentabilidad bruta y neta.	42
Tabla 9. Si los comerciantes de prendas de vestir del Mercado Modelo de Lambayeque consideran que obtienen una buena ganancia	43
Tabla 10. Si los comerciantes de prendas de vestir del Mercado Modelo de Lambayeque cumplen con sus obligaciones de deuda a tiempo	44
Tabla 11. Si los comerciantes de prendas de vestir del Mercado Modelo de Lambayeque han incurrido en pérdidas en los últimos 3 años.	45

## Índice de figuras

Figura 1. Si los comerciantes de prendas de vestir del Mercado Modelo de Lambayeque tienen un contador	35
Figura 2. Registros de los costos de los comerciantes de prendas de vestir del Mercado Modelo de Lambayeque	36
Figura 3. Si los comerciantes de prendas de vestir del Mercado Modelo de Lambayeque cuentan con registros o libros contables	37
Figura 4. Si los comerciantes de prendas de vestir del Mercado Modelo de Lambayeque llevan control de inventarios	38
Figura 5. Si los comerciantes de prendas de vestir del Mercado Modelo de Lambayeque consideran los fletes en los costos	39
Figura 6. Si los comerciantes de prendas de vestir del Mercado Modelo de Lambayeque planifican estrategias para reducir sus costos	40
Figura 7. Si los comerciantes de prendas de vestir del Mercado Modelo de Lambayeque conocen cuánto gana exactamente cada mes	41
Figura 8. Si los comerciantes de prendas de vestir del Mercado Modelo de Lambayeque diferencia entre una rentabilidad bruta y neta.	42
Figura 9. Si los comerciantes de prendas de vestir del Mercado Modelo de Lambayeque consideran que obtienen una buena ganancia	43
Figura 10. Si los comerciantes de prendas de vestir del Mercado Modelo de Lambayeque cumplen con sus obligaciones de deuda a tiempo	44
Figura 11. Si los comerciantes de prendas de vestir del Mercado Modelo de Lambayeque han incurrido en pérdidas en los últimos 3 años.	45

## Resumen

La investigación realizada sobre uso de la contabilidad de costos y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas comerciales de prendas de vestir en el Mercado Modelo de Lambayeque, tuvo como objetivo analizar el uso de la contabilidad de costos y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas de prendas de vestir del Mercado Modelo de Lambayeque, enmarcado en el enfoque cuantitativo y descriptivo explicativo, se trabajó con los comerciantes propietarios de los negocios, tomando como población y muestra un total de 70, aplicándoles un cuestionario para obtener la información, luego de la validación y confiabilidad correspondientes. Se concluyó que el uso de la contabilidad de costos de los comerciantes de prendas de vestir de las micro y pequeñas empresas en el Mercado Modelo de Lambayeque es deficiente, ya que no todos cuentan con un contador y no hay un buen registro de los costos incurridos en la compra, almacenamiento y venta de la mercadería, además el 57% del total no conoce cuál es su rentabilidad exacta de cada mes.

**Palabras clave:** Contabilidad de costos, rentabilidad, micro y pequeña empresa.

## **Abstract**

The research carried out on the use of cost accounting and the profitability of micro and small commercial garment companies in the Lambayeque Model Market, aimed to analyze the use of cost accounting and the profitability of micro and small companies. garment companies of the Lambayeque Model Market, framed in the quantitative and descriptive explanatory approach, we worked with the merchants who own the businesses, taking as population and sample a total of 70, applying a questionnaire to obtain the information, after the corresponding validation and reliability. It was concluded that the use of cost accounting by garment merchants of micro and small companies in the Mercado Modelo de Lambayeque is deficient, since not all of them have an accountant and there is not a good record of the costs incurred. in the purchase, storage and sale of merchandise, in addition 57% of the total do not know what their exact profitability is for each month.

**Keywords:** Cost accounting, profitability, micro and small business.

## I. INTRODUCCIÓN

La contabilidad de costos en la empresas es una gran ayuda en la toma de decisiones a nivel gerencial, debido a que ayuda a planear y controlar las actividades, a través del registro, análisis e interpretación de los costos, por lo que se hace fundamental su conocimiento y correcto uso en las organizaciones siendo necesario el manejo eficiente y adecuado de la administración, distribución y financiamiento de los costos incurridos para desarrollar la actividad empresarial.

Más de 200 millones de pequeñas empresas en el mundo no cuentan con el capital o recursos suficientes para crecer, reportó la Corporación Financiera Internacional (IFC por sus siglas en inglés), además la mayoría de estas microempresas no lleva una contabilidad adecuada de sus costos por lo que se les dificulta llevar un control y optimizar sus costos para ser más competitiva, siendo un reto para los gobiernos impulsar nuevas políticas en beneficio de estas (Gestión, 2014, párr.1).

Producto de la globalización el comercio mundial se ha acelerado y aún más con la llegada del internet y las facilidades de la exportación e importación siendo una gran oportunidad para las micro y pequeñas empresas acelerar su crecimiento y posicionarse en el mercado por lo que necesitan en primer lugar dinero para atender toda su demanda o generarla a través de nuevos canales y el marketing y su alternativa más viable y menos costosa son los bancos, cajas, cooperativas de ahorro y créditos, financieras u otros. Por lo que necesitan demostrar su capacidad de pago de los préstamos que solicitan y esto se logra mostrando sus estados financieros o la rentabilidad que están obteniendo y su potencial futuro, es decir llevar una contabilidad ordenada y confiable. Tanto en países subdesarrollados y desarrollados existen estas micro y pequeñas empresas con las mismas necesidades como el capital financiero y una buena contabilidad.

En las microempresas de Argentina, las pequeñas empresas no son gestionadas correctamente y se reporta que hasta el 30% de sus costos están ocultos, por tener demasiadas existencias, lentitud de los procesos, un deficiente desempeño laboral, falta de mantenimiento preventivo, entre otros. La mayoría de microempresas se preocupa más por aumentar su producción que analizar sus costos para la toma de decisiones (Talamoni, 2012, p.1).

Para más que solo sobrevivir en el mercado y obtener un crecimiento y posicionamiento de la empresa se necesita tomar las decisiones correctas en el momento que se requiere y se logra con buena información obtenida de la empresa, como conocer sus costos, ingresos, egresos, ratios financieros y todos los análisis que puedan ayudarme a tener un plan estratégico adecuado con objetivos claros tanto a corto y largo plazo. Para lograr esto se necesita llevar obligatoriamente la contabilidad de la empresa ya que sin ella se carecería de información fiable por lo que solo se basaría en valoraciones subjetivas o de intuición para los que dirigen la empresa y no objetivos como se haría con el levantamiento de la información contable con múltiples beneficios como el correcto pago de impuestos, acceso a créditos, optimización y corrección de procesos que no están funcionando correctamente.

Las microempresas colombianas, con pocos recursos económicos, tecnológicos y humanos necesitan de apoyo contable y administrativo que faciliten gestionar sus propios procesos y acelerar su crecimiento. El control de costos es esencial para determinar los precios finales del bien o servicio y ofrecerlos adaptándolos de acuerdo a las demandas del mercado determinando su viabilidad y sostenibilidad en el tiempo (Pineda, 2014, p.1).

Las micro y pequeñas empresas en Latinoamérica tienen muchas características en común como que la mayoría son informales, es decir muchas de ellas no llevan una contabilidad ordenada, no pagan impuestos y acceden a créditos pero a una tasa muy alta tanto en banca formal, como la informal que lo hacen poco sostenibles en el tiempo y muchas de estas cierran al poco tiempo, pero a la misma vez nacen otras y se mantiene el ciclo. La mayoría de

estas son negocios familiares o de autoempleo que no logran ser competitivas en el mercado por ser muy pequeñas además de cargar todos los problemas anteriormente mencionados se suma a los choques externos como las crisis económicas o como pandemias como las del Covid 19 que no solo terminó con la vida de muchas personas sino también con muchas micro y pequeñas empresas que se mantenían con las ventas diarias y aun los gobiernos al tratar de ayudarlos con créditos, no lograron tener una buena cobertura de ayuda ya que al ser la mayoría informales y no tener un registro no podían identificarlas.

En el Perú las pequeñas empresas representan más del 90% del total y son las que más empleo generan, siendo el comercio y servicios las que concentran mayor cantidad de microempresas y las que aportan al crecimiento económico del país, pero existen grandes debilidades en este sector ya que más del 50% de microempresarios no tiene ningún tipo de registro contable, solo el 30% realiza algunos apuntes personales simples representando un grave problema que dificulta el crecimiento de estas microempresas ya que el control de la verdadera rentabilidad se vuelve deficiente lo que puede llevar a la toma de decisiones erróneas (Chambergo,2014,p.2).

Las micro y pequeñas empresas en el Perú representan un gran sector que contribuye mucho al crecimiento económico del país y significa el ingreso y sustento de millones de peruanos que ven en estas una forma de autoempleo y una oportunidad de obtener una mejor vida. Pero también hay problemas arraigados en este sector como es la resistencia a pagar impuestos, un bajo nivel de cultura tributaria y muy poco interés en llevar una contabilidad adecuada. Son serios problemas que terminan afectando al Estado porque disminuye la recaudación tributaria y a la vez menos presupuesto para realizar obras públicas que limita el acceso a una calidad de vida a la población. Además detiene el crecimiento de las mismas empresas ya que al no llevar contabilidad y ser informales son menos competitivas y no pueden aprovechar todos los mercados potenciales.

El promedio de vida de las micro y pequeñas empresas en el Perú es de 7 años, siendo muy pocas las que sobreviven después de este tiempo, la mayoría no usa la tecnología para reducir sus costos ni para mejorar el control de sus actividades ni para impulsar sus ventas ya que solo el 21% tiene una página web. El poco control contable que se lleva internamente en las micro y pequeñas empresas acelera su desaparición del mercado (Gestión, 2014, párr.6).

La tecnología tanto para las ventas como para un mejor control contable es una gran oportunidad para las micro y pequeñas empresas peruanas ya que se encuentra disponible con mucha facilidad y con el uso del internet se tienen una gran cobertura de mercado así como la posibilidad de asesorarse en línea en temas tributarios a un costo mínimo o gratuitamente lo que podría mejorar la gestión de la empresa en muchos aspectos. Pero dependerá mucho de la visión que tienen sus dirigentes que los puedes ayudar a subir de nivel y llegar hacer empresas internacionales o por el contrario terminar muriendo como muchas otras en el mercado.

Existen 58 058 micro y pequeñas empresas en la región Lambayeque de las cuales la mayoría se encuentra operando informalmente, el crecimiento de estas se ha mantenido en 3% en los últimos 3 años, en su mayoría están dedicadas al comercio y servicio y el 97% se dedican a la venta por menor; al ser informales la mayoría y con pocos años de funcionamiento además de dedicarse a la venta por menor es difícil encontrar que lleven una contabilidad ordenada de sus costos rentabilidad final de estas microempresas (RPP Noticias,2018,párr.1).

En la región Lambayeque es visible el gran desorden de sus mercados y de sus negocios que los conforman ya sea de sus provincias o distritos como Ferreñafe, Chiclayo, Túcume u otros donde se repite la misma figura, negocios informales que abarrotan los mercados y hasta ventas en las calles, normalizándose y existiendo el mismo problema por décadas que a pesar de los nuevos gobiernos actuales de realizar acciones por recuperar espacios

públicos, poco han podido lograr ya que parece solucionarse por unos días pero vuelve a repetirse una y otra vez la misma historia. Tanto de los que venden en la calle, como la mayoría de los que tienen un puesto fijo en los mercados, no brindan facturas o boletas en todas las ventas ya que no necesitan demostrar sus ingresos y egresos ya que no pagan impuestos por lo que no llevan una contabilidad ordenada como debería ser, además esto se suma a que la población no exige los comprobantes a la hora de comprar por lo que se vuelve un círculo vicioso que se repite década tras década sin lograr una solución.

Visto desde la parte interna de una micro y pequeña empresa el no uso de la contabilidad puede generarle más pérdida que beneficio si se observa por ejemplo que la mayoría de estas su crecimiento es muy lento, manteniéndose en rangos muy parecidos en ventas incluso por décadas y no lograr el despegue que se necesita, además de no saber la rentabilidad real de cada mes, semestre o año puede hacer perder dinero a corto y largo plazo tomando las decisiones equivocadas que llevarían a la muerte o estancamiento de estos negocios y que finalmente para cualquier emprendedor ese no es su objetivo.

Depende mucho de las autoridades crear el entorno adecuado para que las micro y pequeñas empresas se desarrollen a su máxima capacidad con el marco normativo y control adecuado es decir no extorsionador ni de abuso o que las asfixie sino uno que gane tanto el Estado como este sector privado. Pero no es suficiente el buen desempeño de las autoridades sino también se necesita la participación de estos emprendedores dueños de las micro y pequeñas empresas que también respeten el marco normativo propuesto por las autoridades. Por último es fundamental la participación de los ciudadanos, los consumidores de los distintos bienes y servicios que se compran en el mercado ya que se necesita la participación integral para lograr los cambios que se necesita para la sociedad.

Son muchos los factores que pueden influir en la gestión de las micro y pequeñas empresas pero es indudable la importancia del uso de la contabilidad

y es preocupante que en pleno año 2021 no se lleve una correcta contabilidad, existiendo tanto a nivel nacional, regional y local muchas universidades e institutos que forman profesionales en esta área pero no se ha desarrollado estrategias adecuadas para apoyar a muchos de estos microempresarios que desconocen los beneficios de la contabilidad. Existe actualmente todavía una descoordinación entre la academia y el sector privado que ha limitado el impacto positivo que se puede obtener, desperdiciándose mucho potencial que le está costando tanto al Estado, los comerciantes y a la sociedad en su conjunto.

El Mercado Modelo de Lambayeque tiene más de 30 años de funcionamiento y actualmente cuenta con 1400 puestos en diferentes rubros pero que en su mayoría son comercio y servicios ubicada en la Panamericana Norte. En el área de venta de prendas de vestir existe un total de 70 microempresarios que se dedican a esta actividad, los cuales llevan más de 20 años en este mercado y que es necesario analizar como llevan su contabilidad y como ha sido el crecimiento de sus microempresas, en la cual se centró la investigación.

El propósito de esta investigación es determinar diagnosticar la contabilidad de costos y analizar la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio de ropa en el Mercado Modelo de Lambayeque.

De acuerdo a la realidad problemática se formuló el siguiente problema ¿Cómo es el uso de la contabilidad de costos y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas comerciales de prendas de vestir en el Mercado Modelo de Lambayeque?

La presente investigación es útil ya que contribuye a la expansión del conocimiento sobre las micro y pequeñas empresas y del uso de la contabilidad de costos, cuyo conocimiento puede servir como antecedente para futuros investigadores interesados en el tema.

Es útil para los encargados de hacer las políticas enfocadas a desarrollar las micro y pequeñas empresas ya que se identifican los problemas latentes en este sector desde el punto de vista contable y que estas políticas pueden contribuir en el beneficio de muchas familias dedicadas en este sector y que pueden seguir estimulando el empleo y crecimiento económico del país.

Las micro y pequeñas empresas necesitan ser más competitivas para no salir del mercado, por ello es necesario un eficiente uso de recursos y manejo de sus actividades para obtener una buena rentabilidad en lo cual la contabilidad de costos es un gran apoyo para el registro de costos y control que generan información valiosa para la toma de mejores decisiones y es necesario su estudio de cómo se está usando en las microempresas para identificar sus principales deficiencias y proponer mejoras. Dada la importancia del tema se consideró factible la investigación.

Se tiene como hipótesis que hay deficiente uso de la contabilidad de costos y una baja rentabilidad de las micro y pequeñas empresas comerciales de prendas de vestir en el Mercado Modelo de Lambayeque.

El objetivo general fue analizar el uso de la contabilidad de costos y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio de ropa en el Mercado Modelo de Lambayeque. Los objetivos específicos fueron: Diagnosticar el uso de la contabilidad de costos en las micro y pequeñas empresas de prendas de vestir en el Mercado Modelo de Lambayeque. Analizar las percepciones de la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas comerciales de prendas de vestir en el Mercado Modelo de Lambayeque.

Se determinó el problema y objetivos anteriormente mencionados observando la realidad de la región Lambayeque ya que esta misma situación se repite no solo en esta región sino que es visible a nivel nacional y urge un cambio y esto se logra primero diagnosticando el problema y conociendo a profundidad sus características ya que solo entendiéndolo se pueden desarrollar estrategias adecuadas que de verdad funcionen y no fracasen como muchas

de las acciones que se han venido implantado y que los cambios observables son mínimos.

Conocer del uso de la contabilidad de costos por parte de los microempresarios puede dar las luces a un primer acercamiento de las percepciones con respecto del uso de la contabilidad y que tanto le es importante para ellos. Asimismo el conocimiento de la rentabilidad que ellos perciben de sus organizaciones es fundamental para tratar de entender las decisiones que ellos toman. Siendo un primer diagnóstico para futuras investigaciones a mayor profundidad que permitan una mayor comprensión del problema.

Uno de los limitantes para la toma de decisiones gubernamentales es la falta de información, si bien es cierto que entidades del Estado como el Instituto Nacional de Estadísticas e informática levanta información continuamente sobre informalidad, estructura empresarial y otros datos importantes, estos son muy generales y con un cierto retraso en la publicación de sus resultados, incluso de años que finalmente no brindan un acercamiento real de la realidad de este sector por lo cual no se desarrollan las estrategias adecuadas. Este tipo de investigaciones como el del que se desarrolla en la presente investigación estudiando en específico a un grupo de microempresarios de cierto sector te permite conocer a mayor profundidad los problemas reales que están enfrentando y ser más eficaces y eficientes en su publicación para ponerlo en beneficio del grupo de la sociedad que lo necesite.

## II. MARCO TEÓRICO

Existen diversos estudios que se relacionan con la investigación, a nivel internacional, nacional y local, las cuales se describen a continuación.

Jugacho y Martínez (2018) en su tesis *el Control contable en las actividades de las microempresas y su impacto en la rentabilidad*, trabajó con toda la población correspondiente a los trabajadores del área contable de la empresa DEFFROZ S.A, el instrumento que se les suministró fue la guía de entrevista, correspondiente a la técnica de entrevista. Concluyó que la empresa en estudio no tiene una buena gestión de sus procesos contables, por lo que el control es inadecuado no permitiendo la buena administración de los recursos disponibles de la empresa, que le pueden generar graves problemas que puede conllevar al fracaso de la organización.

No llevar una adecuada contabilidad puede generar múltiples problemas en la empresa como el ineficiente aprovechamiento de recursos y la dificultad de obtener información para la toma de decisiones correctas, para la producción y las financieras que permitan el crecimiento de la empresa y no lo lleven a la extinción.

Uno de los grandes beneficios del uso de la contabilidad es que permite a los empresarios y gerentes de las organizaciones en llevar un control adecuado de todas las transacciones que se realicen, ya sean financieras, de producción, comercialización, variación de inventarios, entre otros. Aquella organización que no tiene un control interno adecuado caerá tarde o temprano en la ineficiencia, ineficacia que provocará la muerte o el estancamiento de la misma.

Ramos (2014) en su tesis *Sistema de costos y la rentabilidad en la microempresa de fabricación de bloques en el sector de la Cangahua Provincia de Cotopaxi* trabajó con una población de los 9 propietarios de las microempresas de fabricación de bloques en el sector de la Cangahua provincia de Cotopaxi; las técnicas e instrumentos que utilizó en esta investigación son: encuesta y cuestionario, respectivamente. Concluyó que las microempresas en estudio no llevan un adecuado control de sus costos, por lo que su cálculo no es preciso para determinar su precio de venta, solo toman como referencia el costo de la competencia lo que no es correcto ya que puede ocasionar pérdidas y afectar en el desempeño de estas organizaciones.

La microempresas no poseen un control de sus costos unitarios de sus productos lo que genera problemas en la toma de decisiones como el margen de ganancia que estos van a percibir limitando su crecimiento.

García y Montafur (2016) en su tesis *Determinación de los costos de posesión, operación y el nivel de rentabilidad de La Empresa de Servicios García E.I.R.L periodo 2015*; su población muestral fue 10 trabajadores de la empresa de Servicios E.I.R.L durante el periodo 2015, las técnicas utilizadas en la presente investigación fue la encuesta y la entrevista, los instrumentos fueron el cuestionario y la **guía** de entrevista. Concluyó que la organización en estudio no registra y controla adecuadamente sus costos, con una contabilidad ordenada por el contrario su registro es empírico, y no consideran su totalidad afectando el cálculo y rentabilidad de la empresa. 957623109

El registro de costos de la empresa es inadecuado lo que está llevando a obtener información equivocada de la rentabilidad real de la empresa, afectando directamente a la economía de la empresa por lo que se debe corregir el registro de los costos según las normas establecidas.

Calcina (2017) en su tesis *Sistema de contabilidad de costos por procesos y su influencia en la rentabilidad de las empresas panificadoras del distrito de Azángaro, año 2016*; trabajó con una población conformada por las 38 empresas panificadoras del distrito de Azángaro tanto urbano como rural, con sus respectivos propietarios y con un total de 228 trabajadores entre hombres y

mujeres, con una muestra de 143, la técnica e instrumentos que utilizó en esta investigación son: cuestionario y encuesta, respectivamente, además de la observación y guía de observación. Concluyó que las organizaciones en estudio llevan un deficiente control de insumos y sus procesos no son óptimos ya que están afectando su rendimiento por lo que necesita llevar un mejor control contable y poder optimizar sus procedimientos para que no afecte la rentabilidad de la empresa.

No se cuenta con un sistema contable adecuado para registrar y controlar los insumos por lo que no se estaría manejando eficientemente la producción ni optimizando los costos llevando a incurrir en pérdidas a las empresas.

Los múltiples estudios mostrados anteriormente muestran que la mayoría de pequeñas empresas no llevan un control adecuado de sus costos y esto está afectando su rentabilidad y en la optimización de sus procedimientos. El control de los costos a través de una buena contabilidad es de mucha ayuda para corregir donde se encuentren deficiencias en la firma y alcanzar una mayor eficiencia y ser más competitivos en el mercado.

En el entorno competitivo actual es esencial ser competitivo para poderse mantener en el mercado y alcanzar la eficiencia no es fácil pero tampoco imposible, por lo cual se requiere información para saber que se puede mejorar y eso lo da fácilmente la contabilidad con ayuda de otros instrumentos se puede hacer mucho por una empresa si es que en verdad se tiene la motivación de lograr el éxito de la firma. Los gerentes juegan un papel esencial ya que ellos toman la mayoría de decisiones por lo cual de ellos depende si se aplica o no alguna estrategia propuesta y finalmente decide cuál es el rumbo de la organización.

La contabilidad se considera como la ciencia que establece las normas y procedimientos para registrar, cuantificar, analizar e interpretar los hechos económicos con el objetivo de dar una información patrimonial y de todas las actividades en ejercicio de cualquier organización económica o entidad, brindando una información descriptiva-analítica, útil, confiable, oportuno, y veraz, cuyo fin es

lograr el control financiero, la evaluación de la entidad y apoyar en la toma de decisiones (Calcina,2017).

La ciencia contable ha tenido históricamente muchas variaciones hasta llegar a sus distintas formas actuales que dependen del tipo del país donde se aplica, el tamaño de la empresa y giro de la organización. A nivel internacional hay algunas formas de registros estandarizados y otros que varían de acuerdo a la necesidad pero sus cambios son necesarios a lo largo del tiempo para una mejor eficiencia en su uso. En las últimas décadas con la llegada de la tecnología, el desarrollo del software y el uso del internet se han optimizado muchos procesos en los registros contables que han permitido un mayor control a un costo competitivo.

La importancia de la contabilidad radica en que permite el control de las actividades de la empresa o entidad, lo que le permite un mejor aprovechamiento de sus recursos, mayor productividad y mejor uso de su patrimonio. La información generada por la contabilidad es muy valiosa ya que sirve para la toma de decisiones para los gerentes, accionistas, bancos y otros. Permite conocer la realidad económica pasada, presente y futura de la empresa así como el análisis de las tendencias que sigue la organización (Gerencie, 2017).

En la actualidad existen una gran cantidad de organizaciones que se encargan de llevar la contabilidad tanto de grandes como de micro y pequeñas empresas a precios mucho más accesibles que contratar a un profesional directamente para la empresa a tiempo completo, convirtiéndose en una buena estrategia donde salen beneficiándose todos. A pesar de esto, no se ha logrado una cobertura total y siguen existiendo millones de empresas que no llevan su contabilidad ya sea por falta de conocimiento, baja cultura tributaria, poco interés, no querer tributar porque significaría perder una parte de sus ganancias, hasta por miedo al control gubernamental una vez que se inicia las aclaraciones, así como también la resistencia de contratar a un contador o un estudio contable que le brinde el servicio por el costo que esto significa.

Uno de los tipos de contabilidad es la contabilidad financiera que expresa de forma numérica y en unidades monetarias, las transacciones que realiza una

empresa o entidad, así como determinados acontecimientos económicos que le afectan, con el fin de proporcionar información útil para acreedores, accionistas, analistas, intermediarios financieros, organismos reguladores y todos aquellos usuarios que hacen uso de la información contable. Las principales tareas de la contabilidad financiera es generar estados financieros, entre los que se encuentran, el balance de resultados y el balance general de una entidad, en un periodo determinado (Guajardo, 2017)

Otro tipo de contabilidad es la contabilidad fiscal que se encarga del registro y de la elaboración de informes necesarios para la declaración y los pagos de impuestos de la empresa. Este tipo de contabilidad se basa en las leyes de cada país que va a influir de la manera como se llevará esta contabilidad. Se realizan registros de los movimiento económicos de la empresa como los ingresos, egresos e inversiones que se pueden deducir para declararlos ante la autoridad fiscal y determinar el impuesto final a pagar en el fisco (Riquelme, 2017).

La contabilidad administrativa se orienta a facilitar las funciones de planeación y control, así como la toma de decisiones asertivas para la continuidad de la empresa, aquí se elaboran los presupuestos, los costos de producción, y se evalúa que tan eficientes son las diferentes áreas de la empresa, siendo de gran utilidad para la gerencia y los jefes de cada área, siendo un registro netamente interno de la organización (Guajardo, 2017).

La contabilidad de costos de acuerdo a Berrío y Castrillón (2014) sostiene que la contabilidad de costos de una empresa clasifica, contabiliza, distribuye y recopila información sobre los costos que genera , además de ocuparse de la gestión de los costes futuros previstos.

La contabilidad de costos tiene los siguientes objetivos: Proporcionar la información para determinar el costo de ventas y poder calcular la utilidad o pérdida del período; determinar el costo de los inventarios, con miras a la presentación del balance general y el estudio de la situación financiera de la empresa; suministrar información para ejercer un adecuado control administrativo

y facilitar la toma de decisiones acertadas; facilitar el desarrollo e implementación de la estrategia del negocio.

En el caso de una empresa comercial, la que se encarga de compra y venta de productos, se considera los costos de adquisición, es decir a los costos conformados por el valor de las mercaderías que se compran, así como los desembolsos relacionados a dicha compra, tales como fletes, seguros, derechos de importación, etc. La contabilidad de costos no tiene un método o sistema único sino que cada empresa adapta el sistema que más le convenga de acuerdo a sus objetivos y necesidades (Club Ensayos, 2014).

Los costos se consideran como consumo o sacrificio de recursos para la producción de bienes y servicios medido en unidades monetarias, incluye la compra de insumos, el pago de la mano de trabajo, los gastos en las producción y administrativos, entre otras actividades (Cortés, 2018).

Existe una gran cantidad de clasificación de costos y sus utilidades también dependerán del giro empresarial de la organización. Su conocimiento es fundamental para el control, la determinación de los precios de venta y determinar los márgenes de ganancias que se están obteniendo y los que se pueden obtener en el futuro, importante para la toma de decisiones y determinar el rumbo de la empresa a través de un plan operativo y estratégico, es decir en la formulación de objetivos y metas a corto y largo plazo que pueden determinar el éxito de la organización.

Los costos fijos son aquellos costos independientes del nivel o volumen de producción, es decir aquel costo que no varía al aumentar o disminuir las cantidades producidas de tal manera que existen permanentemente. Incluso cuando la producción es cero las empresas incurren en costos fijos como, pagos de intereses, seguridad, alquileres, impuesto predial, depreciación de activos entre otros (UNPRG, 2014).

La identificación de los costos fijos es fundamental ya que si no se tiene una buena gestión de estos pueden traerles muchos problemas a la organización ya

que al no depender de la producción se tiene que seguir pagando aun así la empresa no siga produciendo o realizando ventas. Algunas empresas deciden cerrar temporalmente sus negocios pero aun así deben seguir pagando costos fijos como el alquiler, un ejemplo claro es el entorno por la pandemia Covid 19 que durante el 2020 solo podían seguir produciendo ciertos rubros empresariales como el sector de alimentos y de medicinas, las empresas que no pertenecían a estos sectores seguían pagando los alquileres a pesar de no producir o vender nada con la esperanza de reabrir en el mismo lugar y no ser desplazados de ese lugar estratégico y donde estaban posicionados por la competencia. Es decir si se puede asumir los costos fijos de una organización si después de un análisis se llega a la conclusión que a futuro es viable por lo que se necesita indudablemente de un buen registro de todos los costos.

Los costos variables son aquellos que están en función con el nivel de producción de la empresa. Es decir a mayor producción mayores costos o menor producción menores costos. El registro de los costos variables es importante para medir la eficiencia de los factores productivos siendo algo indispensable para determinar el precio de venta del producto e incluso quienes son los proveedores adecuados y viables para la empresa.

Los costos totales se determinan sumando todos los costos variables más todos los costos fijos que se incurrieron para producir un determinado bien o servicio y que estará en función a la cantidad producida y el precio de los factores para lograrlo en un periodo de tiempo determinado.

Sabiendo los costos totales y de acuerdo a los objetivos de la empresa, las condiciones de mercado y el margen de ganancia esperada se puede determinar sin ningún problema el precio de venta del bien o servicio que ayudaran a un mayor éxito de la organización ya que con esa información puede adaptarse también a los cambios externos que se manifiesten en el mercado, variando sus insumos si es necesario, aumentando o disminuyendo sus márgenes de ganancia y analizando la viabilidad o cambio del producto producido o comercializado.

Según la UNPRG (2014) sostiene que los costos unitarios se usan para la determinación de los precios y de la producción óptima de la empresa y son los siguientes:

El costo fijo medio se le conoce también como costo fijo unitario y es el costo por cada unidad del bien o servicios producidos, se obtiene dividiendo el costo fijo entre la cantidad de producción. Indica con cuánto contribuye cada unidad producida para cubrir el costo fijo y este costo es el que siempre decrece a medida que la producción aumenta (Los empresarios para reducir el costo fijo unitario buscan incrementar el volumen de producción).

Los empresarios les conviene tener los costos unitarios fijos en los mínimos niveles por lo cual deben aumentar su producción a su máxima capacidad, es decir alcanzar la máxima eficiencia de sus factores productivos y no tener ni maquinaria, ni recurso humano en paro u ocioso. Estos costos unitarios tienden a disminuir o acercarse al mínimo mientras aumenta la producción. No todas las organizaciones pueden alcanzar la máxima producción ya que influyen diversos factores como los recursos financieros que se tienen disponibles, la demanda del mercado, capacidad de almacenaje, gestión de los procesos productivos, entre otros.

El costo medio variable o también conocido como costo variable medio y se refiere al costo variable por cada unidad producida del servicio o bien y se determina dividiendo el costo variable total entre la cantidad producida en la organización.

El costo unitario total o costo medio total se refiere al costo por cada unidad del bien o servicio producido y este se obtiene dividiendo el costo total incurrido entre el número de unidades producidas. Este costo es indispensable obtenerlo ya que a partir de este se puede determinar el precio de venta y el beneficio que se obtendrá

Los costos totales unitarios tienden a disminuir también al subir la producción pero no infinitamente, sino que tienden un límite ya que hasta cierto nivel de

producción comienzan a subir nuevamente debido a los rendimientos decrecientes que se tiene cuando la planta ha alcanzado los niveles máximos de crecimiento y es necesario de abrir nuevamente otra planta para alcanzar nuevamente la máxima eficiencia.

El conocimiento y gestión de los costos es indispensable para obtener utilidades en cualquier actividad empresarial. Si se controla adecuadamente todos los costos se genera bastante información necesaria para la toma de decisiones que le permitirá sobresalir en el mercado cada vez más competitivo. Para gestionar adecuadamente una empresa requiere de mucha responsabilidad y aplicación de estrategias para lograr su éxito y es ahí donde se diferencian las empresas que determinan su crecimiento o salida del mercado.

Toda empresa privada independiente de su tamaño uno de sus objetivos principales es generar riqueza, generar rentabilidad, ganancias producto de sus actividades. Por lo cual tratan de gestionar sus procedimientos de la mejor manera, ajustando sus estrategias de acuerdo a las circunstancias y características de un mercado cada vez más competitivo. No todas las empresas logran generar una rentabilidad sostenible en tiempo y terminan saliendo del mercado, en cambio otras tienen un gran crecimiento convirtiéndose en organizaciones internacionales con millonarias ganancias, si bien depende esto de muchos factores, todas estas han tenido que tomar decisiones cruciales que definió el fracaso o éxito de la misma y las mejores decisiones se toman con buena información.

El valor de la información es indiscutible para una organización que tiene que tomar continuamente decisiones y trazar una ruta en el corto y largo plazo, cuando no se tiene información suficiente aumenta el riesgo para la empresa. Es importante entonces tener registro ordenado de los costos, ventas, variación de inventarios, ingresos y egresos que permitan tener datos históricos para proyectar los posibles resultados a futuro. Esta información interna de la organización es necesario levantarla periódicamente y tiene un costo inevitable pero tiene

múltiples beneficios y a la larga muy justificable si se desea una organización exitosa en el mercado.

La rentabilidad es cualquier acción económica en la que se movilizan una serie de medios, materiales, recursos humanos y recursos financieros con el objetivo de obtener una serie de resultados o rendimiento en un periodo de tiempo determinado (MytripleA, 2016).

La rentabilidad económica, es el rendimiento de los activos de una empresa con independencia de la financiación de los mismos en un determinado periodo de tiempo es por ello que se considera como medida de la capacidad de los activos para generar valor independientemente de cómo han sido financiados (Ecured, 2017).

La rentabilidad financiera, es la rentabilidad financiera ROE, se obtiene a través de la relación existente entre el beneficio neto obtenido por la empresa antes de impuestos y los recursos o fondos propios de la misma. Es decir, es el beneficio económico obtenido en relación con los recursos que han tenido que ser invertidos para obtener ese beneficio (MytripleA, 2016).

Obtener la máxima y mayor margen de rentabilidad económica o financiera es fundamental para la continuidad de la organización pero no es suficiente ya que también depende mucho de los objetivos de la organización ya que muchas empresas están dispuestas a tener rentabilidades mínimas hasta posicionarse lo suficiente en el mercado esperando mayores ganancias en el futuro. Asimismo algunas firmas deciden incluso seguir operando obteniendo pérdidas si saben que esto es debido a un tema coyuntural que puede cambiar en algunos meses por lo que se decide no salir del mercado solo si se proyecta una recuperación de las condiciones favorables en el futuro porque no pueden asumir están pérdidas a largo plazo.

La Micro y Pequeña Empresa es, siguiendo su definición legal, una organización empresarial constituida por una persona natural o jurídica, que tiene por objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios. Puede ser conducida por su

propietario como una persona individual o constituirse como una persona jurídica, adoptando la forma societaria que voluntariamente desee (Mares, 2013).

La inversión privada ya sea nacional o extranjera en todas sus escalas es fundamental para el crecimiento y desarrollo económico de un país, por lo que es importante generarle un entorno adecuado tanto político, económico y social. Esto significa darle la confianza suficiente al mercado para que tanto los consumidores y ofertantes tengan el mejor comportamiento en el mercado y no genere especulaciones o proyecciones equivocadas que pueden repercutir en nivel de precios de la economía, es decir el gobierno tiene la gran responsabilidad de implementar las mejores políticas públicas para la estabilidad económica y el bienestar de sus ciudadanos.

En este mundo globalizado y digitalizado y los cambios acelerados del internet todo esta interconectado y de alguna manera influye mucho de cómo le vaya el sector externo ya que se comercializa con exportaciones e importaciones de todo tipo de bienes, servicios y capital financiero y hasta las empresas comerciales más pequeñas dependen por ejemplo de la variación de los precios internacionales y la variación del tipo de cambio ya que la mayoría de productos como las prendas de vestir se fabrican en el exterior y se tienen que comprar en divisas como el Dólar, Euro, Yens y otros por lo que cualquier cambio en el exterior afectará en sus márgenes de ganancias en el Perú hasta a los pequeños microempresarios y los consumidores finales que también adquirirán estos bienes a precios mayores.

El gobierno tiene que cuidar para el buen entorno de los negocios la oferta monetaria, es decir la cantidad de dinero en circulación de la economía del país para mantener la inflación controlada, es decir a menor al 3.5 % donde las variaciones de los precios son mínimas y no genera especulaciones ni escases en el mercado ya que la moneda no pierde su valor en el tiempo aceleradamente. A los consumidores les conviene precios bajos y es fundamental para esto la competencia y más empresas de todas las escalas se crean cuando hay buenas condiciones en el mercado por lo cual el Estado debe estimular la inversión privada y también el consumo privado y público.

Hay que aclarar también que al país no le conviene tener una deflación, es decir que los precios bajen en lugar de subir, ya que puede postergar el consumo, menor actividad económica, mayor desempleo y estancar el país. Por lo que siempre se requiere un adecuado equilibrio para los negocios ya que se benefician consumidores encontrando precios accesibles; los ofertantes que pueden vender sus productos manteniendo vivos sus negocios y el Estado obteniendo un mayor crecimiento económico captando mayor recaudación de impuestos teniendo mayor dinero disponible para mejorar la calidad de vida de la población.

Las microempresas son las que más abundan en el Perú. Muchas de estas empresas son familiares y de autoempleo. En países en vías de desarrollo es una característica común que existe mucha dificultad de conseguir empleo por la gran competencia y la baja inversión privada que no puede absorber toda la fuerza laboral que ofrecen las familias, es decir un emprendimiento forzado, aunque no es para todos los casos si una gran cantidad de negocios nace bajo estas circunstancias y enfrentan diversos problemas como el bajo capital y la falta de formalización de estas.

Ser emprendedor y comenzar un negocio como la compra y venta de prendas de vestir no está mal, por el contrario es beneficioso por que cubren la necesidad de empleo y pueden generar ingresos para sus familias y mejorar de cierta forma su calidad de vida y no caer por debajo de las líneas de pobreza. El gran problema es que muchas de estas pequeñas empresas terminan muriendo al poco tiempo o se estacan por décadas sin mejoras, es decir se pierde mucho potencial de negocios que pueden contribuir mucho a la economía del país.

El apoyo que se les puede dar a todas las empresas en todos sus tamaños, formas y rubros es fundamental para que se vuelvan más rentables y a la vez generan millones de empleos para las familias y contribuyan al crecimiento económico que buscan los gobiernos. Las ayudas no siempre tienen que ser transferencias sin retorno sino que pueden ser créditos a baja tasa de interés y con capacitación en la gestión de estas organizaciones, desde temas contables hasta cadenas de valor y mercados donde colocar su mercadería o el conocimiento de nuevos canales de distribución viables para mejorar sus ventas.

Uno de los grandes problemas para que llegue la ayuda a las microempresas es que no están asociadas, no están formalizadas y es muy difícil identificarlas para darle cualquier ayuda. Es todo un reto lograr los cambios de este sector pero no imposible, se necesita una participación integral tanto el gobierno central, regional y local, como los microempresarios, universidades públicas, privadas y todas las entidades que de alguna manera pueden contribuir ya sea de manera directa e indirecta en lograr mejores condiciones para el éxito de estas pequeñas empresas.

Las microempresas tienen un rol fundamental en la economía del país y en cada uno de las familias, que contribuyen en muchos aspectos de la sociedad como el acceso al trabajo y la generación de ingresos para tener una mejor calidad de vida y a pesar de los múltiples problemas que estas presentan es labor del Estado en generar políticas adecuadas para ayudarlos.

Para alargar el tiempo de vida de las microempresas se necesita que los que dirijan tomen las decisiones correctas con la información que puedan generar con el registro de su contabilidad pero no es suficiente ya que necesitan también tener un entorno adecuado que tiene ver con la parte normativa del sector empresarial privado dado por el Estado, teniendo que ser estable y alejarse de la incertidumbre y con visión a largo plazo, dándoles beneficios y ayuda en sus distintas formas como las capacitaciones, acceso a créditos, transferencias monetarias sin retorno y otras que logren impulsar su crecimiento en bienestar del país.

Apoyar el emprendimiento es fundamental para el impulso de nuevas empresas que al crecer y posicionarse en el mercado dan millones de puestos de trabajo en todo el país que reduce el desempleo, ayuda al crecimiento económico y contribuye a la recaudación de más impuestos tanto con el pago directo de sus obligaciones con el Estado o indirectamente como por el movimiento económico que generan durante todo el año fiscal.

### **III. METODOLOGÍA**

#### **3.1. Diseño y tipo de Investigación**

##### **a) Tipo de investigación**

La investigación es descriptiva y de acuerdo a Lifeder (2017) indica que la investigación descriptiva se refiere a la descripción de las características o atributos de un determinado fenómeno en específico, un sujeto o una población dependiendo del problema y de los objetivos planteados de la investigación. La medición de la variable o variables contribuye a un mejor entendimiento de los diversos problemas de la realidad y pueden contribuir a desarrollar otras investigaciones más complejas en beneficio de la sociedad.

La investigación es de diseño no experimental, como indica Dzul (2013) que sostiene que se realiza sin manipular ninguna de las variables, estudiándose en su estado natural, describiéndose y analizándose las características deseadas objetivamente a través de distintas técnicas de recolección de datos ya sea por entrevista, observación u encuesta que provean de los datos necesarios para su recolección y procesamiento.

### 3.2. Variables, Operacionalización

Variable 1: Contabilidad de costos

Variable 2: Rentabilidad

Variables de Estudio	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala
<b>Variable 1</b> Contabilidad de costos	Berrío y Castrillón (2014) sostiene que la contabilidad de costos de una empresa clasifica, contabiliza, distribuye y recopila información sobre los costos que genera , además de ocuparse de la gestión de los costes futuros previstos	La contabilidad de costos es la que se encarga del registro y análisis de los costos de una empresa.	Registro de costos	Producto ----- Precio ----- Gastos	Nominal
			Registro de inventarios	Rotación de inventarios ----- Estrategias de reducción de costos	

Variables de Estudio	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala
<b>Variable 2</b> Rentabilidad	La rentabilidad es cualquier acción económica en la que se movilizan una serie de medios, materiales, recursos humanos y recursos financieros con el objetivo de obtener una serie de resultados o rendimiento en un periodo de tiempo determinado(MytripleA,2 016).	Es una forma de comparar los medios que se han utilizado para una determinada acción, y la renta que se ha generado fruto de esa acción.	Rentabilidad económica	Conocimiento de la rentabilidad	Nominal
			Rentabilidad Financiera	Crecimiento de la rentabilidad  Conocimiento de la rentabilidad bruta y neta  Pago de deudas	

### **3.3. Población y muestra**

#### **Población**

Se consideró como población a todos los comerciantes de venta de prendas de vestir del Mercado Modelo de Lambayeque, siendo un total de 70 comerciantes, concordante a Sánchez (2016) quien indica que la población **es** el conjunto de individuos o elementos que tienen características similares y que forman parte de un fenómeno o situación en específico.

#### **Muestra**

Considerando que la población es pequeña se determinó aplicar el estudio a los 70 comerciantes de ropa del Mercado Modelo de Lambayeque por lo tanto la población y la muestra **fue** la misma.

### **3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

#### **a) Técnica de la encuesta**

Se utilizó la técnica de la encuesta a través de un cuestionario con el fin de recoger información de los comerciantes de prendas de vestir del Mercado Modelo de Lambayeque como lo define Osorio (2015) donde señala que una encuesta es una forma de recopilar información sobre un tema puntual, donde a través de ella se logra analizar los datos que se necesitan para llegar a una conclusión o dar solución a un problema en específico (p.1).

Para la validación del cuestionario de la investigación se realizó con participación de tres expertos, organizando documentos como: ficha de evaluación y adjuntando el cuestionario.

La confiabilidad del instrumento se hizo aplicando el método estadístico de Alfa de Cronbach, el cual arrojó un resultado positivo.

### **3.5. Métodos de análisis de datos**

La información recolectada a través de un cuestionario se procesó en hojas de cálculo Excel 2016 y organizado en tablas y figuras para un mejor entendimiento de los datos obtenidos. Se utilizó la estadística descriptiva para analizar la información obtenida y poder cumplir los objetivos propuestos en la investigación.

### **3.6. Aspectos éticos**

Los aspectos éticos son de vital importancia en la investigación por lo cual se pidió todos los permisos necesarios y el consentimiento de los encuestados al aplicar los instrumentos, además de no revelar información sensible de los participantes. Se aplicó el cuestionario a la totalidad de la muestraseleccionada y todos los datos registrados son reales y la redacción se llevó a cabo según las normas Apa y el reglamento de la Universidad César Vallejo.

Respetar los principios éticos en la investigación es fundamental también para garantizar su validez de los resultados y es responsabilidad de los autores cumplir con la normativa y procedimientos que se deben realizar. Respetar todo lo antes mencionado permitió brindar información confiable en esta investigación puesta a disposición de todos los interesados.

### III. RESULTADOS

#### 3.1. Contabilidad de costos

**Tabla 1**

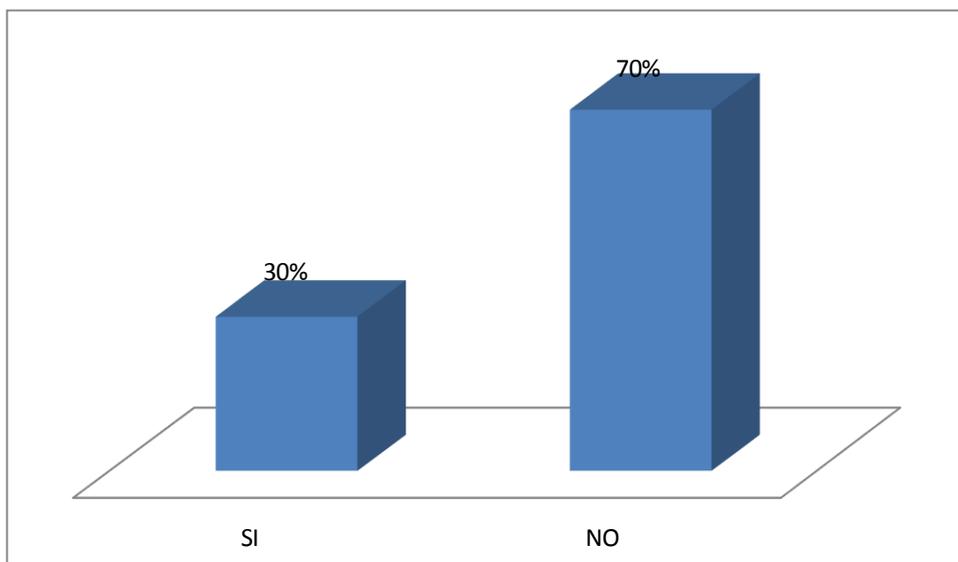
*Si los comerciantes de prendas de vestir del Mercado Modelo de Lambayeque tienen un contador*

Categoría	Frecuencia	%
SI	21	30%
NO	49	70%
Total	70	100%

*Fuente:* Cuestionario aplicado a los comerciantes del Mercado Modelo de Lambayeque.

**Figura 1**

*Si los comerciantes de prendas de vestir del Mercado Modelo de Lambayeque tienen un contador*



De un total de 70 comerciantes, el 70% manifiesta que su contabilidad no es llevada por un contador y solo el 30% manifiesta que sí.

**Tabla 2**

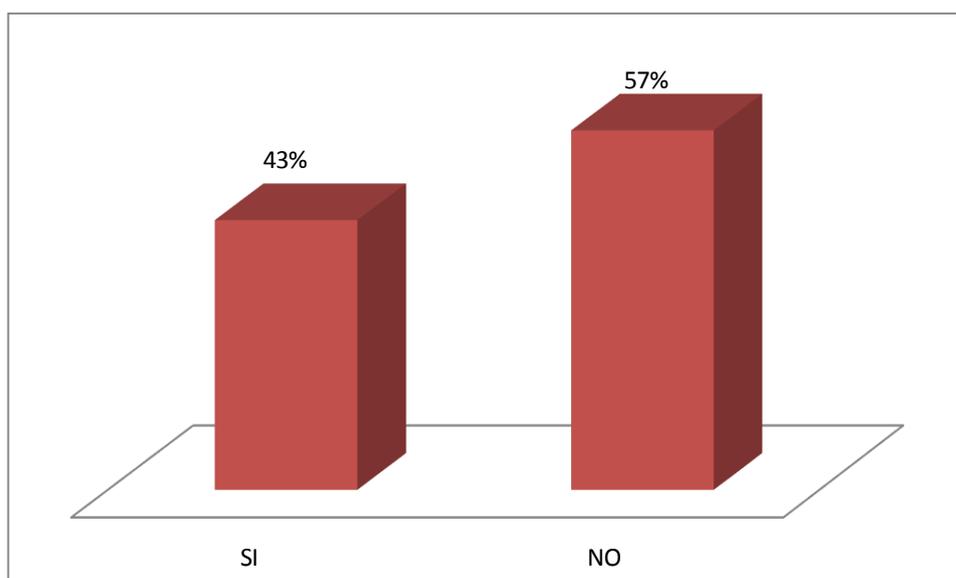
*Registros de los costos de los comerciantes de prendas de vestir del Mercado Modelo de Lambayeque.*

Categoría	Frecuencia	%
SI	30	43%
NO	40	57%
Total	70	100%

*Fuente:* Cuestionario aplicado a los comerciantes del Mercado Modelo de Lambayeque.

**Figura 2**

*Registros de sus costos de los comerciantes de prendas de vestir del Mercado Modelo de Lambayeque.*



De un total de 70 comerciantes, el 57% manifiesta que no lleva un registro detallado de sus costos, mientras que solo el 43% manifiesta que sí.

**Tabla 3**

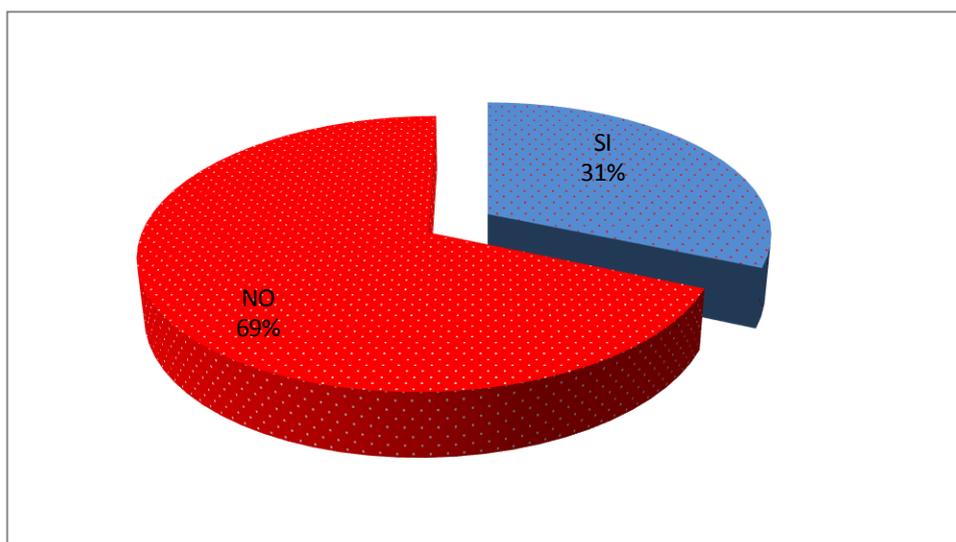
*Si los comerciantes de prendas de vestir del Mercado Modelo de Lambayeque cuentan con registros o libros contables*

Categoría	Frecuencia	%
SI	22	31%
NO	48	69%
Total	70	100%

*Fuente:* Cuestionario aplicado a los comerciantes del Mercado Modelo de Lambayeque.

**Figura 3**

*Registros de sus costos de los comerciantes de prendas de vestir del Mercado Modelo de Lambayeque.*



De un total de 70 comerciantes, el 69% manifiesta que no lleva registro o libros contables de su microempresa, mientras que solo el 31% manifiesta que si los tiene.

**Tabla 4**

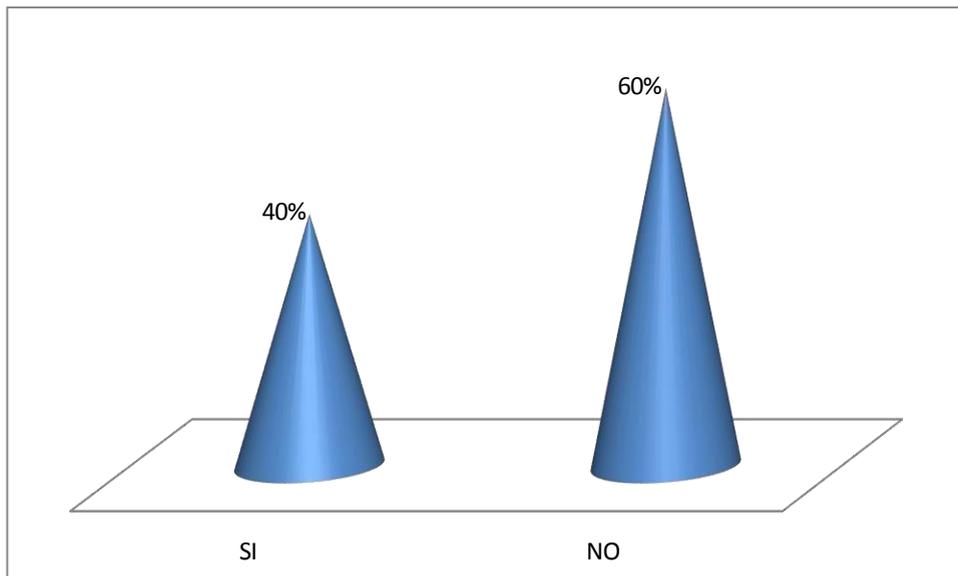
*Si los comerciantes de prendas de vestir del Mercado Modelo de Lambayeque llevan control de inventarios*

Categoría	Frecuencia	%
SI	28	40%
NO	42	60%
Total	70	100%

*Fuente:* Cuestionario aplicado a los comerciantes del Mercado Modelo de Lambayeque.

**Figura 4**

*Si los comerciantes de prendas de vestir del Mercado Modelo de Lambayeque llevan control de inventarios*



De un total de 70 comerciantes, el 60% manifiesta que no lleva registro de inventarios y solo el 40% manifiesta que sí.

**Tabla 5**

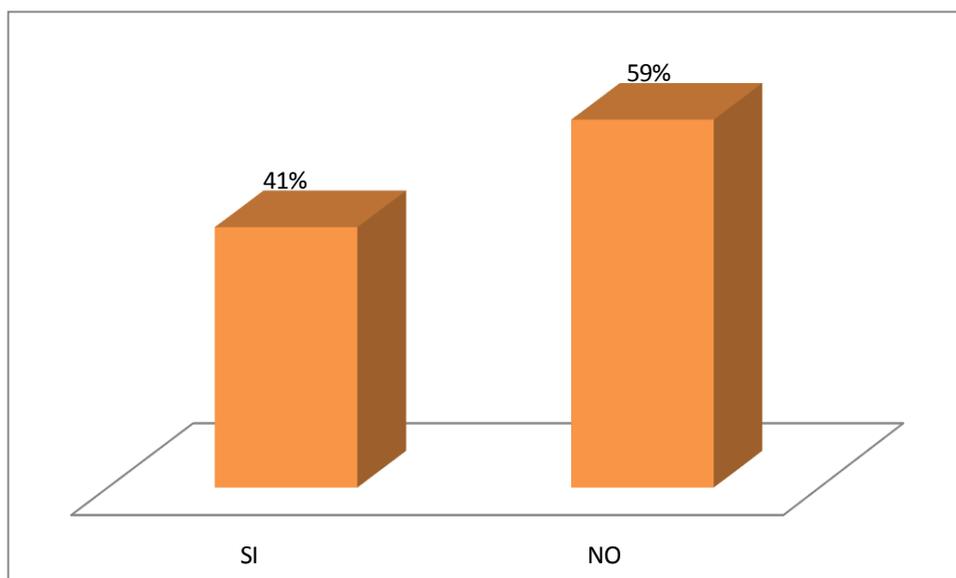
*Si los comerciantes de prendas de vestir del Mercado Modelo de Lambayeque consideran los fletes en los costos*

Categoría	Frecuencia	%
SI	29	41%
NO	41	59%
Total	70	100%

*Fuente:* Cuestionario aplicado a los comerciantes del Mercado Modelo de Lambayeque.

**Figura 5**

*Si los comerciantes de prendas de vestir del Mercado Modelo de Lambayeque consideran los fletes en los costos*



De un total de 70 comerciantes, el 59% manifiesta que no considera los fletes como costo y solamente el 41% dice que sí.

**Tabla 6**

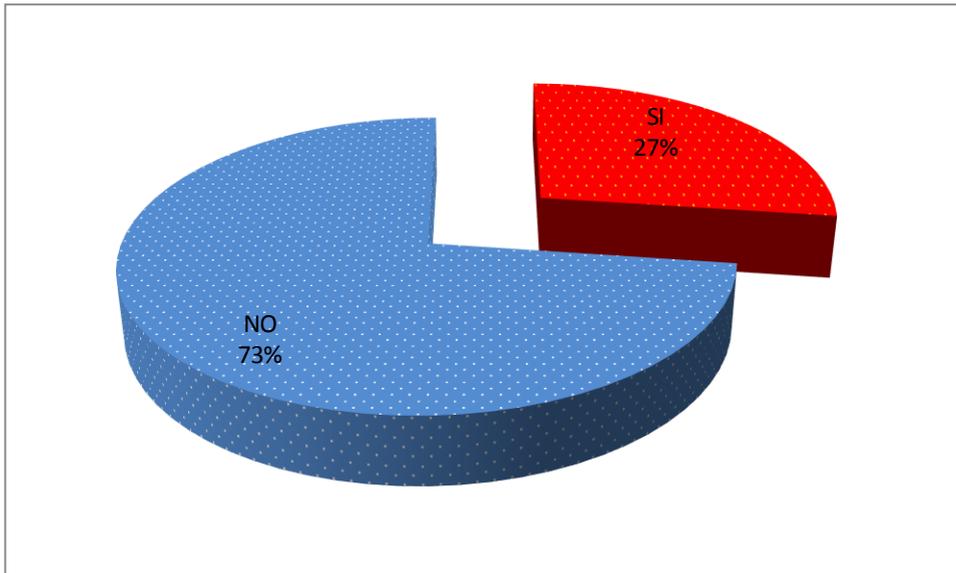
*Si los comerciantes de prendas de vestir del Mercado Modelo de Lambayeque planifican estrategias para reducir sus costos*

Categoría	Frecuencia	%
SI	19	27%
NO	51	73%
Total	70	100%

*Fuente:* Cuestionario aplicado a los comerciantes del Mercado Modelo de Lambayeque.

**Figura 6**

*Si los comerciantes de prendas de vestir del Mercado Modelo de Lambayeque planifican estrategias para reducir sus costos*



De un total de 70 comerciantes, el 73% manifiesta que no planifica estrategias para la reducción de costos y tan solo el 27% manifiesta que sí.

### 3.2. Rentabilidad.

**Tabla 7**

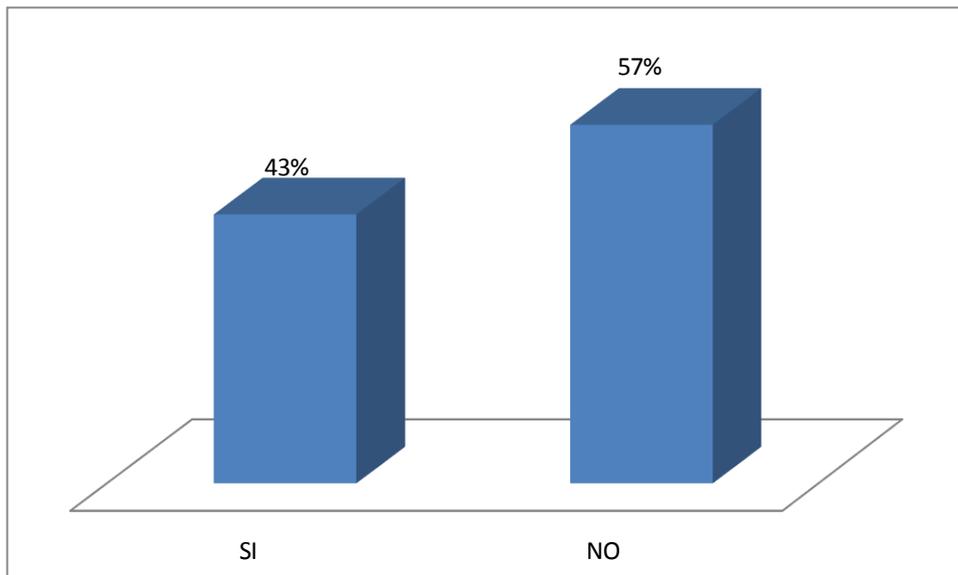
*Si los comerciantes de prendas de vestir del Mercado Modelo de Lambayeque conocen cuánto gana exactamente cada mes*

Categoría	Frecuencia	%
SI	30	43%
NO	40	57%
Total	70	100%

*Fuente:* Cuestionario aplicado a los comerciantes del Mercado Modelo de Lambayeque.

**Figura 7**

*Si los comerciantes de prendas de vestir del Mercado Modelo de Lambayeque conocen cuánto gana exactamente cada mes*



De un total de 70 comerciantes, el 57% indica que no conoce con exactitud cuánto gana cada mes mientras que el 43% manifiesta que sí.

**Tabla 8**

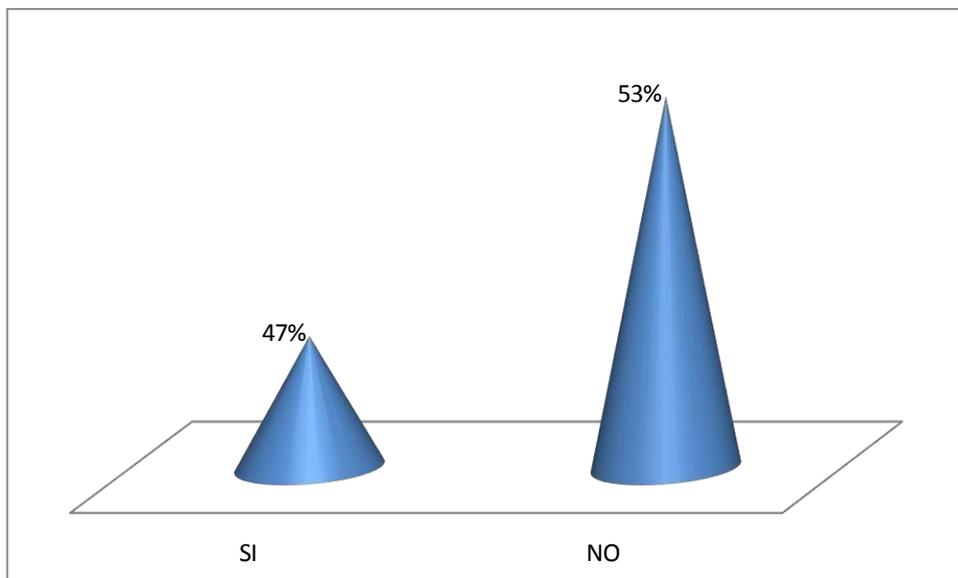
*Si los comerciantes de prendas de vestir del Mercado Modelo de Lambayeque diferencia entre una rentabilidad bruta y neta*

Categoría	Frecuencia	%
SI	33	47%
NO	37	53%
Total	70	100%

*Fuente:* Cuestionario aplicado a los comerciantes del Mercado Modelo de Lambayeque.

**Figura 8**

*Si los comerciantes de prendas de vestir del Mercado Modelo de Lambayeque diferencia entre una rentabilidad bruta y neta*



De un total de 70 comerciantes, el 53% señala que no diferencia entre una utilidad bruta y neta y el 47% indica que sí.

**Tabla 9**

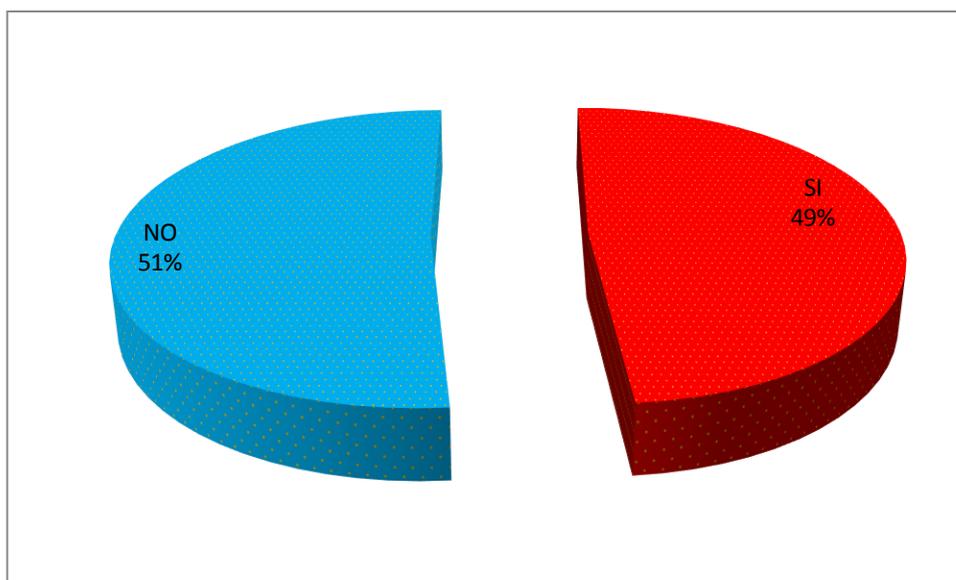
*Si los comerciantes de prendas de vestir del Mercado Modelo de Lambayeque consideran que obtienen una buena ganancia*

Categoría	Frecuencia	%
SI	34	49%
NO	36	51%
Total	70	100%

*Fuente:* Cuestionario aplicado a los comerciantes del Mercado Modelo de Lambayeque.

**Figura 9**

*Si los comerciantes de prendas de vestir del Mercado Modelo de Lambayeque consideran que obtienen una buena ganancia*



De un total de 70 comerciantes, el 51% considera que no obtiene una buena ganancia mientras que el 49% manifiesta que sí.

**Tabla 10**

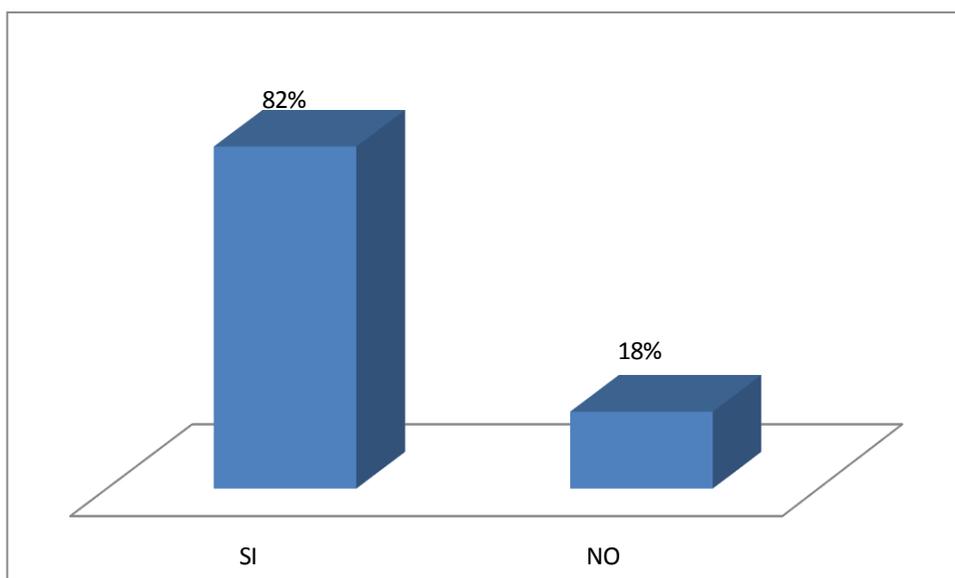
*Si los comerciantes de prendas de vestir del Mercado Modelo de Lambayeque cumplen con sus obligaciones de deuda a tiempo*

Categoría	Frecuencia	%
SI	58	82%
NO	13	18%
Total	70	100%

*Fuente:* Cuestionario aplicado a los comerciantes del Mercado Modelo de Lambayeque.

**Figura 10**

*Si los comerciantes de prendas de vestir del Mercado Modelo de Lambayeque cumplen con sus obligaciones de deuda a tiempo*



De un total de 70 comerciantes, el 82% considera que si paga sus obligaciones a tiempo mientras que solo el 18% manifiesta que no.

**Tabla 11**

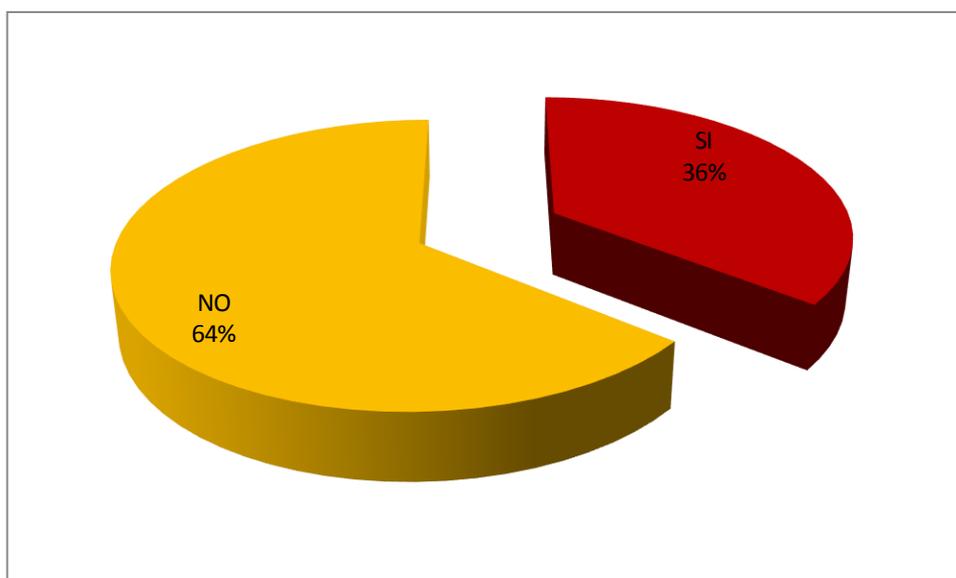
*Si los comerciantes de prendas de vestir del Mercado Modelo de Lambayeque han incurrido en pérdidas en los últimos 3 años*

Categoría	Frecuencia	%
SI	25	36%
NO	45	64%
Total	70	100%

*Fuente:* Cuestionario aplicado a los comerciantes del Mercado Modelo de Lambayeque.

**Figura 11**

*Si los comerciantes de prendas de vestir del Mercado Modelo de Lambayeque han incurrido en pérdidas en los últimos 3 años*



De un total de 82 comerciantes, el 64% manifiesta que no ha incurrido en pérdidas durante ese periodo de tiempo, mientras que el 36% restante manifiesta que sí.

#### IV. DISCUSIÓN

Los resultados obtenidos en la presente investigación relacionados con las variables de estudio, permiten señalar que existe un bajo uso de la contabilidad de costos por parte de los comerciantes de prenda de vestir del Mercado Modelo de Lambayeque y cuya contabilidad no es llevada por un contador donde solo el 30% lo realiza frente al 70% del que no lo hace (Tabla 1). Asimismo el 57% no realiza registros detallados de sus costos para un mejor control (Tabla 2), cuyo resultado es similar a lo que manifiesta Ramos (2014), que las microempresas no llevan un adecuado control de costos, ni una correcta distribución para determinar los precios de los productos sino que toman más como referente a la competencia.

No llevar una contabilidad de la actividad de la empresa es una gran debilidad que dificulta la toma de decisiones para una adecuada gestión de esta. Llevar el registro de los costos es una tarea indispensable que se debe realizar para el control eficiente de los recursos, determinar el precio de venta y determinar la rentabilidad final de la organización, no realizarlo puede costarle mucho a la empresa, desde de costos y gastos más altos hasta la imposibilidad de ver los procesos que se pueden optimizar, además de restarle competitividad en el mercado y la oportunidad de expandirse en el mercado.

Los comerciantes no llevan un adecuado gestión de inventarios, ya que la mayoría (60%) no lleva un registro detallado de la rotación de la mercadería lo que estaría llevando a incrementar sus costos o presentar costos ocultos que estarían afectando a sus negocios (tabla 4), además de que solo el 41% considera los fletes en sus costos ya que ellos dicen asumirlo y por lo tanto no estaría agregado al precio del producto (Tabla 5), por otro lado el 73% del total indica que no planea estrategia de reducción de costo ya que no llevan un registro adecuado de estos lo que estaría afectando a ser más competitivos y a seguir creciendo concordando con Jugacho y Martínez (2018) que en su investigación indican que la empresa en estudio no tiene una buena gestión de sus procesos contables, por lo que el control es inadecuado no permitiendo la

buena administración de los recursos disponibles de la empresa, que le pueden generar graves problemas que puede conllevar al fracaso de la organización.

Se indica también que la mayoría de comerciantes, el 57% del total, no conoce cuál es su rentabilidad exacta de cada mes (Tabla 7), además del 53% no diferencia entre rentabilidad bruta y neta (tabla 8), siendo una gran desventaja para ellos, no conocer su rentabilidad real de cada mes esto debido a la poca importancia de su contabilidad de costos que es muchos casos llevada muy deficientemente y en otros casos inexistente por lo que ocasiona problemas a los comerciantes, así tenemos que el 51% indica que no obtiene una buena ganancia y que el 18% no está cumpliendo con sus obligaciones de pago a tiempo y que el 36% indica que ha incurrido en alguna pérdida en los últimos 3 años (tablas 9,10,11). Estos resultados concuerdan con García y Montafur (2016) donde manifiesta que la mala contabilidad de costos está llevando a diversos problemas a las micro y pequeñas empresas afectando directamente a la rentabilidad ya que esta habría un mal registros de los costos es por ello que las ganancias estarían sobrevaloradas o subvaluadas, ocasionado que se tomen decisiones erróneas para la empresa.

Llevar la contabilidad de una empresa a pesar que significa adicionar recursos para ser organizada como se debe, se vuelve fundamental para el éxito o fracaso de una empresa ya que a partir de ella se pueden tomar múltiples decisiones que marcan el destino de la organización. Es responsabilidad de los que están a cargo de la empresa independientemente de su tamaño establecer como prioridad el uso de contabilidad y buscar la mejor forma viable para ser llevada ya que en el mercado actual existen múltiples alternativas a bajo costo para cumplir con este objetivo.

## V. CONCLUSIONES

El uso de la contabilidad de costos de los comerciantes de prendas de vestir de las micro y pequeñas empresas en el Mercado Modelo de Lambayeque es deficiente, ya que el 70% no cuentan con un contador y el 57% no realiza un buen registro de los costos incurridos en la compra, almacenamiento y venta de la mercadería.

El 57% del total de microempresarios de prendas de vestir del Mercado Modelo de Lambayeque, no conoce cuál es su rentabilidad exacta de cada mes, además el 53% no diferencia entre rentabilidad bruta y neta, siendo una gran desventaja para ellos, no conocer su rentabilidad real. El 51% percibe que no obtiene una buena ganancia y el 18% no está cumpliendo con sus obligaciones de pago a tiempo.

El uso de la contabilidad de costos es de suma importancia para llevar un control adecuado de la rentabilidad o pérdidas obtenidas para una gestión adecuada de la empresa, importante para la toma de decisiones y la aplicación de estrategias de crecimiento y éxito de las micro y pequeñas empresas comerciales ya que llevar una mala contabilidad de los registros de los costos ha ocasionado bajas rentabilidades y el poco crecimiento que han tenido estos a lo largo de los años las firmas del sector comercio de prendas de vestir en el Mercado Modelo de Lambayeque.

## **VI. RECOMENDACIONES**

Se recomienda que las micro y pequeñas empresas comerciales de prendas de vestir del Mercado Modelo de Lambayeque lleven una adecuada contabilidad estableciendo un sistema contable de costos con miras a su crecimiento y planificando estrategias de reducción de sus costos.

Que los comerciantes como un solo grupo, fomenten convenios con la Municipalidad Provincial de Lambayeque, Gobierno Regional de Lambayeque y Universidades interesadas de la región para que les brinden capacitación necesaria para mejorar sus micro y pequeñas empresas en el tema contable y crecimiento empresarial.

Que los comerciantes se asocien para buscar reducir costos en la compra de mercadería y ser más competitivos en el mercado. Asimismo aprovechen capacitaciones gratuitas firmando convenios con la municipalidad, universidades y otras organizaciones de la región.

Que el gobierno estimule programas y políticas a nivel nacional que beneficie a los microempresarios con capacitación en temas contables y todos sus beneficios, asimismo el acceso a capital financiero que puedan costear la expansión y modernización de sus negocios y también medir el impacto de estos programas para fortalecerlos y estar en una mejora continua para alcanzar la máxima eficiencia en el uso de los recursos.

## REFERENCIAS

- Berrío, D & Castrillón, J. (2014). *Costos para gerenciar organizaciones manufactureras, comerciales y de servicio*, 2da Edición. Ediciones Uninorte.
- Calcina, S. (2017). *Sistema de contabilidad de costos por procesos y su influencia en la rentabilidad de las empresas panificadoras del distrito de Azángaro, año 2016*. [Tesis de grado. Universidad Andina Néstor Cáceres Vélasquez. Juliaca]. Repositorio virtual.  
<http://repositorio.uancv.edu.pe/handle/UANCV/1399>
- Club Ensayos (24 de agosto de 2014). *Costos de empresas comerciales, de servicios y empresas Industriales*. <https://cutt.ly/iRCII04>
- Chambergo, I. (2014). *Gestión de costos y presupuestos en las MYPE*. <https://cutt.ly/PRClccu>
- Dzul, M. (2013). *Aplicaciones básicas de los métodos científicos*. <https://cutt.ly/mRCIbks>
- Ecured (2017). *La rentabilidad en el análisis contable*. <https://cutt.ly/yRCImUV>
- García, L y Montafur, H. (2016). *Determinación de los costos de posesión, operación y el nivel de rentabilidad de La Empresa de Servicios García E.I.R.L periodo 2015+*. [Tesis de grado, Universidad Andina del cuzco. Perú]. Repositorio virtual.  
<https://repositorio.uandina.edu.pe/handle/20.500.12557/689>
- Gerencie (25 de setiembre de 2017). *Importancia de la contabilidad*. <https://cutt.ly/ORCIAC8>
- Gestión (02 de abril de 2014). *Mypes podrían reducir sus costos si usaran más tecnologías de información y comunicación*. <https://cutt.ly/aRCIF95>
- Gestión (21 de abril de 2014). *Más de 200 millones de pequeñas empresas en el mundo no tienen recursos necesarios para crecer*. <https://cutt.ly/NRCIJL7>
- Guajardo, G. (2017). *Tipos de contabilidad*. <https://cutt.ly/QRCILVQ>
- Huamán, J. (2009). *Las Mypes en el Perú*. <https://cutt.ly/MRCIXEb>
- Jugacho, M y Martínez, G. (2018). *El Control contable en las actividades de las microempresas y su impacto en la rentabilidad*. [Tesis de pregrado, Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Ecuador]. Repositorio virtual.  
<https://www.eumed.net/rev/oel/2018/03/microempresas-rentabilidad.html>
- Lifeder (2017). *Investigación Pura: Características, Tipos, Ejemplos*. <https://www.lifeder.com/investigacion-pura/>

- Mares, C. (2013). Las Micro y Pequeñas Empresas (MYPES) en el Perú. *Revista Jurídica Thomson Reuters*, año I, (18), pp. 1-20.  
[https://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12724/4711/Mares\\_Carla.pdf?sequence=3&isAllowed=y](https://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12724/4711/Mares_Carla.pdf?sequence=3&isAllowed=y)
- MytripleA(2016). *Rentabilidad*.<https://www.mytriplea.com/diccionario-financiero/rentabilidad/>
- Osorio, R. (2015). *El cuestionario*.  
<https://www.nodo50.org/sindpitagoras/Likert.htm>
- Pineda, E. (2014). *Diseño de un sistema de costos para pymes*.  
<https://cutt.ly/fRCzE1x>
- Riquelme, M. (2017) *¿Cuáles Son Los Tipos De Contabilidad?*  
<https://cutt.ly/6RCzi0X>
- Ramos, J. (2014). *Sistema de costos y la rentabilidad en la microempresa de fabricación de bloques en el sector de la Cangahua Provincia de Cotopaxi*. [Tesis de grado, Universidad Técnica de Ambato]. Repositorio virtual de la UTA. <https://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/20575>
- RPP Noticias (3 de febrero de 2018). *Mypes de Lambayeque mantienen expectativa de crecimiento este 2018*. <https://cutt.ly/ARCzeIV>
- Sánchez, H. (2016). *Tipos y métodos de investigación*. <https://cutt.ly/QRCzqmT>
- Talamoni, S.(2012). *La importancia de la gestión de costos en las Pyme*.  
<https://cutt.ly/GRCI8xP>
- UNPRG (2014). *Economía y cívica*. 9na Ed. Lambayeque: Francisco Aguinaga Castro.

## **ANEXOS**

## **ANEXOS 01: INSTRUMENTOS**

*La presente encuesta está dirigida a los comerciantes de prendas de vestir del Mercado Modelo de Lambayeque con el objetivo de diagnosticar el uso de la contabilidad de costos y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas de este sector.*

### **Información general**

Tiempo de funcionamiento del negocio .....

#### **I. Instrucciones**

**Encerrar con un círculo la respuesta que considere, según la pregunta realizada con respecto a su negocio.**

- 1. ¿La contabilidad de su negocio es llevado por un contador?**  
a) Si                      b) No
  
- 2. ¿Lleva un registro detallado de todos los costos incurridos de la mercadería?**  
a) Si                      b) No
  
- 3. Utiliza libros o registros contables para la contabilidad de costos**  
a) Si                      b) No
  
- 4. Lleva control de inventarios ( entradas y salidas de mercadería )**  
a) Si                      b) No
  
- 5. Para sus costos considera los fletes (pasajes para traer la mercadería)**  
a) Si                      b) No
  
- 6. Realiza estrategias para reducir costos**  
a) Si                      b) No
  
- 7. ¿Conoce exactamente cuánto gana al mes?**  
a) Si                      b) No
  
- 8. ¿Conoce cuál es su rentabilidad bruta y neta?**  
a) Si                      b) No
  
- 9. ¿Considera que es buena su ganancia?**  
a) Si                      b) No

**10. ¿Cumple con sus obligaciones de pago?**

- a) Si                      b) No

**11. En los 3 últimos años ha incurrido en pérdidas**

- a) Si                      b) No

**ANEXO 02: Ubicación del Mercado Modelo de Lambayeque**



**ANEXO 03:** Fotos de los comerciantes de ropa del Mercado Modelo de Lambayeque





Yo, **Mg. Waldemar Ramón García Vera**, docente de la Facultad de Ciencias Empresariales y Escuela Profesional de Contabilidad de la Universidad César Vallejo Chiclayo, revisor de la tesis titulada: Contabilidad de costos y rentabilidad de micro y pequeñas empresas comerciales de prendas de vestir en el mercado modelo de Lambayeque, de la Bachiller **ÁLVAREZ SANTA CRUZ, PAMELA DENISSE**

Constato que la investigación tiene un índice de similitud de **23%** verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

El/la suscrito (a) analizó dicho reporte y concluyó 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.

Chiclayo, 24 de Marzo de 2022



.....  
Firma

Mg. Waldemar Ramón García  
Vera DNI: 16464113

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Representante del SGC	Aprobó	Vicerrectorado de Investigación
---------	----------------------------	--------	-----------------------	--------	---------------------------------