



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

**Costos comerciales y rentabilidad en la distribuidora de gas doméstico
Xiomara S.A.C Nuevo Chimbote – 2022**

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

AUTOR:

Mejia Mendoza, Alexander Jose (orcid.org/0000-0002-1926-3818)

ASESOR:

Mg. Valentin Elias, Leonel Martin (orcid.org/0000-0003-2466-1535)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Finanzas

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

CHIMBOTE - PERÚ

2023

Dedicatoria

Principalmente este trabajo está dedicado a Dios por darme fuerzas día a día para cumplir con mis metas que me he trazado.

Para mis padres, fueron las personas fundamentales en darme todo el apoyo para que termine mi carrera profesional.

Agradecimiento

Para todos los funcionarios de la Universidad César Vallejo.

Para mi docente, realizó un buen papel como guía para prepararnos y formarnos como profesional que somos.

Agradezco a la gerente de la empresa Solgas Xiomara SAC, por permitirme en desarrollar este proyecto en su representada entidad y también para el equipo de trabajo por brindarme toda la información requerida para este desarrollo.



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

DEDICATORIA DE AUTENTICIDAD DEL ASESOR

Yo, VALENTIN ELIAS LEONEL MARTIN, docente de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de CONTABILIDAD de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - CHIMBOTE, asesor de Tesis titulada: "Costos Comerciales y rentabilidad en la distribuidora de gas doméstico Xiomara SAC Nuevo Chimbote-2022", cuyo autor es MEJIA MENDOZA ALEXANDER JOSE, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 20.00%, 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, 25 de Noviembre del 2023

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
VALENTIN ELIAS LEONEL MARTIN DNI: 20023837 ORCID: 0000-0003-2466-1535	Firmado electrónicamente por: LMVALENTINV el 25-11-2023 15:08:29

Código documento Trilce: TRI – 0665325





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

DECLARATORIA DE ORIGINALIDAD DEL AUTOR

Nosotros, MEJIA MENDOZA ALEXANDER JOSE estudiante de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de CONTABILIDAD de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC -CHIMBOTE, declaro bajo juramento que todos los datos e información que acompañan la Tesis titulada: "Costos comerciales y rentabilidad en la distribuidora de gas doméstico Xiomara S.A.C Nuevo Chimbote-2022", es de mi autoría, por lo tanto, declaro que la Tesis:

1. No ha sido plagiada ni total, ni parcialmente.
2. He mencionado todas las fuentes empleadas, identificando correctamente toda cita textual o de paráfrasis proveniente de otras fuentes.
3. No ha sido publicada, ni presentada anteriormente para la obtención de otro grado académico o título profesional.
4. Los datos presentados en los resultados no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados.

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

Nombres y Apellidos	Firma
ALEXANDER JOSÉ MEJIÍA MENDOZA DNI: 72396632 ORCID: 0000-0002-6817-2234	Firmado electrónicamente por: AMEJIAME el 25- 11-2023 15:12:10

Código documento Trilce: TRI – 0665326

Índice de Contenidos

Carátula.....	i
Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento	iii
DEDICATORIA DE AUTENTICIDAD DEL ASESOR	iv
DECLARATORIA DE ORIGINALIDAD DEL AUTOR	v
Índice de Contenidos	vi
Índice De Tablas	vii
Índice de Figuras.....	viii
RESUMEN.....	ix
ABSTRACT.....	x
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MARCO TEÓRICO	4
III. METODOLOGÍA.....	12
3.1. Tipo y diseño de investigación	12
3.2. Variable y operacionalización	13
3.3. Población, muestra y muestreo	14
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.	16
3.5. Procedimiento	19
3.6. Método de análisis de datos	19
3.7. Aspectos Éticos	19
IV. RESULTADOS	21
V. DISCUSIÓN.....	44
VI. CONCLUSIONES.....	47
VII. RECOMENDACIONES	49
REFERENCIAS	50
ANEXOS.....	56

Índice De Tablas

Tabla 1: Población de estudio	14
Tabla 2: Muestra de estudio	15
Tabla 3: Técnicas e Instrumentos	16
Tabla 4: Validación por juicio de expertos	17
Tabla 5: Parámetros del Alfa Cronbach.....	18
Tabla 6: Confiabilidad del instrumento	18
Tabla 7: Estadístico de frecuencia de la variable Costos Comerciales	21
Tabla 8: Estadístico de frecuencia de la dimensión Costos Reales	22
Tabla 9: Estadístico de frecuencia de la dimensión de Costos de Recuperación	23
Tabla 10: Estadístico de frecuencia de la dimensión Control de Costos	25
Tabla 11: Estadístico de frecuencia de la Rentabilidad	26
Tabla 12: Estadístico de frecuencia de las dimensiones Rentabilidad Económica	27
Tabla 13: Estadístico de frecuencia de la dimensión Ventas	28
Tabla 14: Estadístico de frecuencia de la dimensión Rentabilidad Financiera.....	29
Tabla 15: Prueba de normalidad	32
Tabla 16: Baremo de interpretación del coeficiente Correlación de Pearson.....	32
Tabla 17: Baremo de interpretación del coeficiente Correlación de Pearson.....	33
Tabla 18: Relación entre Costos Comerciales y Rentabilidad	33
Tabla 19: Baremo de interpretación del coeficiente Correlación de Pearson.....	36
Tabla 21: Baremo de interpretación del coeficiente Correlación de Pearson.....	38
Tabla 22: Relación entre Costos Comerciales y Ventas	39
Tabla 23: Baremo de interpretación del coeficiente Correlación de Pearson.....	41
Tabla 24: Relación entre Costos Comerciales y Rentabilidad Financiera.....	41

Índice de Figuras

Figura 1: Representación Gráfica del Nivel de investigación.....	12
Figura 2: Recuento de porcentaje de Costos Comerciales.....	21
Figura 3: Recuento de porcentaje de Costos Reales:	23
Figura 4: Recuento de porcentaje de la dimension Costos de Recuperación	24
Figura 5: Recuento de porcentaje de la dimensión Control de Costos	25
Figura 6: Recuento de porcentaje de la variable Rentabilidad.....	26
Figura 7: Recuento de porcentaje de la dimension Rentabilidad Economica	27
Figura 8: Recuento de porcentaje de la dimensión de Ventas.....	28
Figura 9: Recuento de porcentaje de la dimensión Rentabilidad Financiera	29

RESUMEN

La presente investigación tuvo como principal objetivo general determinar la relación que existe entre los Costos Comerciales y Rentabilidad de la Distribuidora Solgas Xiomara SAC, Nuevo Chimbote – 2022.

Metodológicamente el estudio siguió un lineamiento del enfoque cuantitativo; tipo aplicada; diseño no experimental; transversal; descriptivo – correlacional; población y muestra de los 4 colaboradores, como técnica de recolección de datos; encuestas y de análisis documental; instrumento de recolección de datos; cuestionario y ficha de análisis documental.

Como resultados la empresa mantiene un nivel medio de conocimiento de Costos Comerciales y un nivel medio de conocimiento de Rentabilidad. Se determinó que los Costos Comerciales tienen un nivel medio de 25% que muestra que tienen un conocimiento respecto a los Costos, al mismo modo la Rentabilidad mantiene un nivel medio de 50% de conocimiento.

Se concluyó que los Costos Comerciales y la Rentabilidad tienen una relación significativamente con la Rentabilidad de la empresa Solgas Xiomara SAC, que se determinó con un coeficiente correlación de 0.707 que representa la relación de ambas variables.

Palabras clave: Costos, Costos Comerciales, Rentabilidad.

ABSTRACT

The main general objective of this investigation was to determine the relationship that exists between the Commercial Costs and Profitability of the Distribuidora Solgas Xiomara SAC, Nuevo Chimbote - 2022.

Methodologically, the study followed a quantitative approach; applied type; non-experimental design; cross; descriptive – correlational; population and sample of the 4 collaborators, as a data collection technique; surveys and documentary analysis; data collection instrument; questionnaire and document analysis sheet.

As a result, the company maintains a medium level of knowledge of Commercial Costs and a medium level of knowledge of Profitability. It was determined that Commercial Costs have an average level of 25% which shows that they have knowledge regarding Costs, in the same way Profitability maintains an average level of 50% knowledge.

It was concluded that Commercial Costs and Profitability have a significant relationship with the Profitability of the company Solgas Xiomara SAC, which was determined with a correlation coefficient of 0.707 that represents the relationship of both variables.

Keywords: Costs, Commercial Costs, Profitability

I. INTRODUCCIÓN

Hoy, después de haber estado casi dos años de confinamiento por el virus SAR-COV2 se ha observado que las empresas distribuidoras de gas doméstico han regulado sus costos comerciales debido al levantamiento de las restricciones en la población, teniendo en cuenta que los costos comerciales debemos tener en cuenta el inventario inicial, las compras y el inventario final, para luego dar paso a la rentabilidad.

Por lo tanto, el **nivel internacional** tiene un tema de la Rentabilidad en Francia, se divulgo en los medios incluido en New York. La noticia que fue publicada el bajo porcentaje de las ventas que significativamente no hubo un inventario debidamente de costos. En febrero del 2018 en Francia tiene una Rentabilidad acumulada de 3.400 millones de euros, un incremento del 7% de los años posteriores. El gerente afirma que en los años próximos. Tiene la obligación de abrir nuevas 300 microempresas para aumentar su Rentabilidad. Mario, D (2018).

A **nivel nacional**, Dice que en el Perú las empresas registraron la disminución de su actividad, llego a disminuir un 19% en la venta de GLP en el extranjero así como gas natural un 14%. Estos productos llegaron negativamente hasta 13.6%. Olivera y Loza (2021).

A **nivel local**, comentaron que la Empresa Xiomara SAC que está dividida en el producto de GLP y GNV en la zona de Nuevo Chimbote. Ha presentado síntomas en los costos y rentabilidad que ha tenido malas inversiones. Todo esto causa en los costos y rentabilidad perdidas por no cobrar a los clientes ha aumentado, y asi podamos hacer inversiones con la empresa de Solgas y hacer nuevos pedidos para las ventas directas. Lo que permite pronosticar que la empresa Xiomara SAC tiene sus documentos y registros en software y manual, de sus productos que tienen. Dichos Registros siempre están actualizados. Por lo cual el control de pronóstico se propone que los costos comerciales y rentabilidad son herramientas necesarias.

Actualmente se cuenta con una competencia informal y a la vez se evidencia que otras marcas de gas doméstico son adulteradas lo que ocasiona que afecten a los costos comerciales, ocasionando la baja de ventas y hasta el cierre de la empresa afectando directamente la rentabilidad. En el sentido el problema general es ¿De qué manera los Costos Comerciales se relaciona con la Rentabilidad de la distribuidora de gas doméstico Xiomara SAC, Nuevo Chimbote – 2022?

Asimismo, los problemas específicos I) ¿De qué manera los Costos Comerciales se relaciona con la Rentabilidad Económica de la distribuidora de gas doméstico Xiomara SAC, Nuevo Chimbote – 2022?, II) ¿De qué manera los Costos Comerciales se relaciona con las Ventas de la distribuidora de gas doméstico Xiomara SAC, Nuevo Chimbote 2022?, III) ¿De qué manera los Costos Comerciales se relaciona con la Rentabilidad Financiera de la distribuidora de gas doméstico Xiomara SAC, Nuevo Chimbote – 2022?

La justificación teórica se busca poder brindar información de apoyo sustentación y científico. En cuanto al justificación práctica, esta actividad informativa es muy importante y relevante ya que contribuye a la mejora de la empresa Distribuidora Xiomara SAC, para el crecimiento de la empresa. Además, la justificación metodológica, puede ser útil para otros investigadores brindando datos confiables que se pueda entender los costos comerciales y rentabilidad; explicado de forma, metodológicamente, la investigación brinda información para que se pueda aclarar las dudas o incrementar los conocimientos en el ares. Por ende, la justificación social, la investigación puede ser útil para otras organizaciones que se enfrenten a desafíos y/o obstáculos similares.

El objetivo general: Determinar de qué manera los costos comerciales se relaciona con la rentabilidad en la distribuidora de gas doméstico Xiomara SAC, Nuevo Chimbote-2022 y los objetivos específicos: A) Determinar de qué manera tienen relación los costos comerciales y rentabilidad económica de la distribuidora de gas doméstico Xiomara SAC, Nuevo Chimbote – 2022

y B) Determinar de qué manera tienen relación los costos comerciales y las ventas de la distribuidora de gas doméstico Xiomara SAC, Nuevo Chimbote – 2022 y C) Determinar de qué manera tienen relación los costos comerciales y la rentabilidad financiera de la distribuidora de gas doméstico Xiomara SAC, Nuevo Chimbote – 2022.

La formulación de la Hipótesis, Costos Comerciales se relaciona con la Rentabilidad de la distribuidora de gas doméstico Xiomara SAC, Nuevo Chimbote – 2022, y tanto sus hipótesis específicas:

H1. Costos Comerciales se relacionan significativamente con la Rentabilidad Económica de la distribuidora de gas doméstico Xiomara SAC, Nuevo Chimbote – 2022.

H2. Cotos Comerciales se relacionan significativamente con las Ventas de la Distribuidora de gas doméstico Xiomara SAC, Nuevo Chimbote – 2022.

H3. Costos Comerciales se relaciona significativamente con la Rentabilidad Financiera de la distribuidora de gas doméstico Xiomara SAC, Nuevo Chimbote – 2022.

II. MARCO TEÓRICO

Antecedentes:

En el contexto internacional, no encontramos antecedentes que estén referidos a los costos comerciales y la rentabilidad, por cuanto a pesar que en nuestro país se produce el gas licuado del petróleo, aun llega a precios excesivos a los hogares.

Segarra (2021), su tesis titulada “Análisis de rentabilidad de las empresas oligopólicas del sector comercialización de combustibles automotriz en Ecuador, periodo 2014 – 2018”, su objetivo es analizar la rentabilidad de cada empresa comercializadora. Realizo investigaciones explicativas con un enfoque mixto. Los resultados se presentan luego de los indicadores de margen de beneficio bruto, margen de beneficio operativo, ROE y ROA, su primer ratio muestra que EP Petroecuador gana con un valor de 0,21 centavos por cada dólar de ingresos, mientras que sus bajas ganancias de las otras empresas pueden atribuir a los altos costos. El margen de utilidades operativa de Primax tiene con un ratio de 0,03 USD y el de Petróleos y Servicios PYS es de 0,004 USD, comparado con EP Petroecuador que genera 0,19 USD, su ROE muestra que genera 0,46 USD, mientras que su PRIMAX 0,26 USD y que EP Petroecuador ha mostrado mayores indicadores de rentabilidad.

María, M, E, A (2017) en su investigación titulada llamado “Aplicación de estrategias financieras, sus financieras y su incidencia en la rentabilidad de una pequeña empresa manufacturada. La tesis de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, tiene como objetivo es “lograr beneficios positivos en el negocio de producción manufacturadas mediante la aplicación de estrategias financieras”, la metodología es cuantitativo. Se concluyo que con la aplicación de estrategia financieras adecuadas a las realidades de la entidad, en el apartado operativo se redujeron los costos variables directos y en el apartado financiero se logró obtener un límite de crédito con bajas tasas de interés, todo eso nos permite demostrar que las

estrategias financieras tengan un impacto positivo en su rentabilidad de la entidad.

En el ámbito nacional, Gonzales y Ramírez (2022), en su tesis titulada “Los costos comerciales y su rentabilidad en las empresas del sector comercial” presenta el objetivo de comprobar si la mala determinación de los costos comerciales reduce la rentabilidad de las empresas del sector comercial o no, pertenece a un tipo de investigación descriptiva y no diseño experimental. En este sentido, llegamos a la conclusión de que los costos se fijan a través de porcentajes estimados fijados por la gerencia, los sobrecostos causaran y afectaran los retornos financieros; según observaciones, al utilizar el método de cálculo de costos real o acumulado para los años 2017, 2018 y 2019, hay una diferencia de los costos estimados y real de S/. 53968, S/ 112923 y S/100863 respectivamente, esta fluctuación también es reflejado en el rendimiento sobre el patrimonio (ROE) de los años 2017, 2018 y 2019, por patrimonio neto de cada empresa, obtuvo 0.5909 de utilidades.

Fernández (2017), su tesis titulada “Análisis de los EEFF y la relación con la rentabilidad en la empresa AGUASISTEC SAC, en el distrito de San Borja – Lima, del periodo 2010 – 2016”, su objetivo es verificar si relaciona del análisis del EEFF financiero o no. Metodológicamente, este es un tipo de estudio experimental longitudinal en un diseño no experimental, descriptivo del nivel de correlación y datos contables proporcionados por la empresa. Se realizó una prueba de correlación Rho-Spearman sobre los resultados de la hipótesis general y arrojó un valor de 11 sobre 0,100, que es mayor que 0,05. Por lo que llegó a la conclusión que no existe conexión entre su análisis de los estados financieros anuales y las utilidades de la empresa AGUASISTEC de la ciudad de San Borja.

Salazar (2019), la tesis “Costos de importación y su impacto en las utilidades de la empresa de banca comercial en Lima Metropolitana, 2018”, su objetivo principal es determinar si los costos de importación tienen un impacto en las utilidades de las empresas de línea blanca que comercializan

en Lima Metropolitana, 2018. El método que utilizo es aplicado, con un diseño no experimental debido a que las variables no se tratadas a nivel explicativo. La orden concluye que los costos de importación impactan significativamente en las utilidades de las empresas de línea blanca del área de Lima Metropolitana. Menciona que los costos son efectivamente analizados, pueden generar costos adicionales al producto, y al mismo tiempo, también se debe conocer el tratamiento contable y fiscal de las compras internacionales.

Asimismo, en la ciudad de Arequipa, Choquehuanca y Ortiz (2021), su tesis titulada “Costos de ventas y rentabilidad de las empresas del sector de ventas de los libros del Cercado de Arequipa en 2020”, presenta el objetivo es mostrar que en 2020 los costos de distribución en el sector librero de la ciudad de Arequipa influyen en las ganancias de las pequeñas empresas comerciales. Es un tipo de investigación y diseño no experimental – transversal – cuantitativo. En este sentido, se concluye que a la adquisición de bienes es relevante para la economía de una pequeña empresa comercial en el campo del comercio de libros. Incluso si ya existe una clasificación de productos y/o bienes para posicionar la empresa en el mercado, si la adquisición de bienes es necesario para las operaciones comerciales y la gestión de la empresa, esta actividad comercial de la empresa permite a la empresa obtener ganancias económicas para fortalecerse.

También tenemos a Torres (2019) En el trabajo de investigación llamado: “Análisis de rentabilidad de la tendencia Cutervo 2018,” el objetivo es desarrollar un plan estratégico para mejorar activamente la rentabilidad de una empresa, y se considera un tipo de investigación no experimental junto con la investigación no experimental, por lo tanto, el investigador considera luego a la siguiente conclusión: el uso óptimo de sus recursos, prediciendo la rentabilidad, mejorando los servicios, entendiendo mejor su inventario de productos para mejorar la rentabilidad de la discoteca tendido tres, la implementación de programas que brinden información más precisa sobre los productos que ofrece esta discoteca facilitara su rotación. Según

los encuestados se puede inferir que el 50.0% de los colaboradores indicaron que la mayoría de los medios si se vieran como más rentables para la empresa optimizarían las ganancias y en solo el 25.0% se toma en cuenta la información para poder traer ganancias a la empresa.

Su nivel local, Méndez y Silva (2019), la tesis “Evaluación del impacto en costos y utilidades de Panadería San José, Nuevo Chimbote -2019” tiene como objetivo verificar el impacto de los costos de producción en las utilidades, determinar los costos reales y además se tomó un enfoque metodológico cuantitativa, aplicando un diseño de investigación descriptivo, aplicando una encuesta y guiando el análisis documental. Esto incluye que su impacto de los costos de fabricación tiene un impacto positivo en las utilidades de la panadería y contribuyen al margen de utilidad de S/. 1572.06, este monto fue registrado por el director general de la empresa.

Según la base teórica de los Costos Comerciales y Rentabilidad:

Costo Comerciales: Ricardo, U, M (2021), Son utilizados por personas que se especializan en el marketing, es decir, para comprar y vender productos sin ninguna transformación física, sin el proceso de información del producto.

Costos reales o de acumulación: Para Alcántara (2018) Costos reales son aquellos costos en los que se ha incurrido, es decir que surgen durante el proceso productivo, esto incluye todos los costos incurridos generados durante la producción. El costo real es la cantidad total de materiales, que se pueden asignar a un proyecto específico; el objetivo es detallar los costos asociados con el proyecto y determinar los resultados relacionados.

Adquisición: Sánchez, A, D (2022) El valor para el registro contable por la compra, es fundamental para conocer cómo se llegaría a calcular el precio de adquisición para realizar su valorización.

Transporte: Hurtado, Barzola & García (2018) Son aquellos relacionados con el transporte de insumos o bienes, que incluye distribución, recolección y entrega.

Almacén: Morales (2022) La definición de almacén son costos incurridos al almacenar mercancías en un espacio determinado. También existe el nombre de costos de mantenimiento, propiedad de acciones o costos. Son costos que pueden ser fijo o variables.

Costos de recuperación: Alcántara (2018), Los costos es un método donde se debe recuperar en forma óptima y registrar las transacciones de ventas. Si una empresa no está segura de recuperar los costos de los bienes vendidos, debe registrar su costo de los bienes vendidos utilizando el método de recuperar de costos financieros.

Venta Bruta: Guillermo, w (2021) Son el total de venta con el importe que debe reflejar adquirir un determinado bien, ya sea tangible o intangible.

Descuento a los clientes: Alejandro, D, S (2020) Es entonces cuando el vendedor reduce el precio de venta al comprador. Este descuento de precio se debe a diversos motivos para incentivar las ventas del producto.

Venta Neta: Roberto, V, B (2020) Las ventas netas debe ser fundamental en la contabilidad que presenta la suma de las ventas de bienes o servicio realizados en la empresa, descontando utilidades, bonificaciones o rebajas debidas a descuentos comerciales.

Costos de control: Asana, T (2022), se debe verificar y reducir los gastos para que la empresa tenga ganancia.

Planificar: Ludeña, J, A (2022) dice que se debe plantear estrategias en las cual las empresas a corto y largo plazo. Planifica y ayudar para lograr el éxito de la compañía.

Analizar: Unir, V (2023) Es necesario estudiar el entorno empresarial es una herramienta útil a la hora de desarrollar estrategias de marketing, ya que ayuda a identificar posibilidades reales de crecimiento estudiando cualquier cadena de factores que influyan en él.

Decisiones: Ramírez, H (2023) menciona que el propósito de la toma de decisiones es resolver problemas y confrontar a los directivos y gerentes en busca de ganancias y objetivos.

Rentabilidad: Solís (2021), Se define que la rentabilidad tiene que haber generado buenas ganancias cuanto más ingresar, ventas hay más rentabilidad con buenos beneficios.

Rentabilidad Económica: Rodríguez (2019), observemos que la rentabilidad económica da el beneficio que da a una empresa de una inversión realizada.

Rentabilidad Financiera: Antón, (2017), el análisis tiene que ver con los resultados que generan después de interés, porque se calcula en relación al patrimonio de la empresa y beneficio neto obtenido antes de impuestos y se expresan en porcentajes. Asimismo, es importante señalar que la relación que existe entre las ganancias económica y financiera de una empresa se conoce como apalancamiento.

Margen de Utilidad: Sandoval (2022) Es un elemento o concepto muy utilizado, pero pocas personas conocen en realidad su definición. Es importante porque existen muchos beneficios de un correcto de los beneficios exacto que obtendremos por cada unidad de producto o servicio vendido. Los dividendos se calculan de los ingresos netos por los activos netos de la empresa. Mide el rendimiento del capital aportado por los inversores.

El enfoque conceptual tenemos términos siguientes:

Adquisición: Este es el valor de las compras registradas en contabilidad. Por tanto, es fundamental saber calcular el precio de adquisición para poder realizar una valoración precisa de la adquisición. Sánchez, A, D (2018).

Almacén: Se tiene que verificar el espacio necesario para dichos productos que se tiene que guardar cierto tiempo los costos pueden ser fijos o variables. Morales (2022).

Analizar: Al analizar dentro del entorno empresarial debemos tener en cuenta como tenemos que elaborar las estrategias de ventas incluir las ventas reales. Unir, V (2023).

Costos comerciales: Son aquellos que el administrador tiene que ver los costos de los pagos a sueldo como luz, electricidad, teléfonos, pagos, etc. Ricardo, U, M (2021).

Costos de Control: Se debe identificar costos más bajos para aumentar las ganancias de la empresa. Asana, T (2022).

Costos reales o de acumulación: Son gastos que la empresa que necesita en la materia prima. Para la fabricación de productos son gastos con anticipación. Alcántara (2018).

Costos de recuperación: En el costo se tiene que utilizar método de disminución a un impuesto en la compra de fines comerciales. Alcántara (2018).

Decisiones: Se tiene que definir las decisiones para confrontar y solucionar los problemas que afecten a la empresa. Ramírez, H (2023).

Descuento a los clientes: Es una rebaja de precio que se le da al cliente, este descuento tiene muchos motivos, pueden adquirir a productos a bajo precio. Alejandro, D, S (2020).

Margen de utilidad: Es un elemento o concepto muy utilizado, pero pocas personas conocen en realidad su definición. Es importante porque existen muchos beneficios de un correcto porcentaje que genera las ventas. Sandoval (2022).

Planificar: Se debe trabajar con estrategia para establecer un objetivo y prevenir sus problemas. Ludeña, J, A (2022).

Rentabilidad: Se define como la ganancia que se obtiene a través de un porcentaje de la producción. Solís (2021)

Rentabilidad económica: Calcula la inversión que los inversionistas hacen por una empresa. Rodríguez (2019).

Rentabilidad financiera: Es un beneficio que genera luego que los accionistas invirtieron en la compañía o empresa. Antón (2017).

Transporte: En la movilidad que necesita toda empresa para hacer entregas de sus productos realizados. Hurtado, Barzola, & García (2018).

Venta bruta: En un tiempo determinado se debe verificar las ventas totales donde está fuera de los descuentos y costos. Guillermo, w (2021).

Venta Neta: Es fundamental en la contabilidad donde se precisa las ventas realizadas de la empresa teniendo en cuenta el dinero que se pierde. Roberto, V, B (2020).

III. METODOLOGÍA

En el trabajo se utilizó el método cuantitativo hace una definición a las hipótesis derivadas de teorías existentes, lo que hace una muestra aleatoria no discriminaria que sea representativa del objetivo. Hernández y Mendoza (2018).

3.1. Tipo y diseño de investigación

3.1.1. Tipo de investigación:

El proyecto de investigación es un tipo de investigación aplicada menciona Ortega, C (2023). Es fundamental para el objetivo, su aporte científico, genera más conocimiento sobre la teoría de las distribuciones de gas doméstico sobre sus costos comerciales y rentabilidad, que se encarga las empresas de gas más conocidas como ERP según se llama (Estación de Regulación de la Presión) que se encarga en la distribución de gas natural a las viviendas particulares, instalaciones comerciales y pequeñas empresas.

3.1.2. Diseño de investigación:

- Fassio y Pascual (2017) menciona que el diseño no experimental es referido sin tocar las variables, podrá analizar y explicar la solución de Xiomara SAC en base a tus observaciones.
- Edson Jorge Huaire Inacio (2019) menciona que el diseño transversal descriptivo tiene como objetivo hacer una investigación de sus niveles de una o más variables en la población.
- Según Guevara (2020) el nivel es descriptivo Correlacional tiene como objetivo en consistir para conocer la situación, como usos y costumbres, a través de descripciones precisas de las actividades.

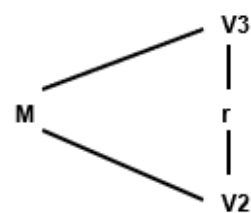
Figura 1:

Representación Gráfica del Nivel de investigación

Donde:

M = Muestra

V1 = Variable 1



V2= Variable 2

3.2. Variable y operacionalización

Variable X: Costos Comerciales

Su definición conceptual: Los costos comerciales son costos que se calculan exclusivamente en áreas comerciales. En un sistema comercial que compra y vende exclusivamente sin la intervención de la actividad creativa humana. Hace referencia a reconocer el valor contenido en los bienes ya fabricados, desde la adquisición hasta la venta a los consumidores. Kohler, (2022).

Definición Operacional: Los costos comerciales tiene enfoque en los costos reales o acumulados, costos de recuperación y costo de control.

Dimensiones:

- A) Dimensión 1: Costos Reales o Acumulación:
 - Indicar 1: Costo de adquisición
 - Indicar 2: Costo de transporte
 - Indicar 3: Costo de almacén
- B) Dimensión 2: Costo de recuperación:
 - Indicador 1: Precio de venta bruta
 - Indicador 2: Descuento a los clientes
 - Indicador 3: Precio de venta Neta
- C) Dimensión 3: Métodos del costo:
 - Indicador 1: Costo Unitario

Escala de medición:

- Ordinal

Variable Y: Rentabilidad

Definición conceptual: ES una medida relativa de las ganancias, en comparación con el rendimiento que obtiene una empresa al invertir el dinero de los inversionistas. Morillo, (2018).

Definición operacional: Es un beneficio que se obtiene o se puede obtener una inversión.

Dimensión:

- A) Dimensión 1: Rentabilidad económica:
 - Indicador 1: Utilidad neta/ Activo totales
- B) Dimensión 2: Rentabilidad financiera
 - Indicador 2: Utilidad netas/ventas
- C) Dimensión 3: Margen Utilidad
 - Indicador 1: Margen Utilidad = Utilidad neta/ventas

Escala de medición:

- Razón

3.3. Población, muestra y muestreo

3.3.1. Población:

Definen a la población como un conjunto de casos definidos, limitados, accesibles que cumplen con el criterio predeterminados, como la ubicación y tiempo, como para seleccionar la muestra. Hernández y Mendoza (2018).

En este trabajo cuenta con 4 trabajadores de la empresa Distribuidora Solgas Xiomara SAC, Nuevo Chimbote – 2022, que está relacionado con el tema de investigado.

Tabla 1:

Población de estudio

Área	Cargo	N° Trabajadores
Gerencia	Gerente	1
Contabilidad	Contador	1
Administración	Administradora	1
Administración	Asistente Administrativo	1
Total		4

Nota. Elaboración Propia

La investigación tiene como población a todos los empleados de la empresa Distribuidora de gas doméstico Xiomara SAC de Nuevo Chimbote, el cual se definirá por los siguientes criterios:

Criterio de inclusión:

- Documentación del área contable de la empresa.
- Empleados que tengan un desempeño y que cumplan que involucren y tomen decisiones para la empresa.

Criterio de exclusión:

- Documento de otros ámbitos no relacionados con los aspectos financieros y contables del negocio.
- Empleados administrativos que no tomen decisiones financieras en la empresa.

3.3.2. *Muestra:*

Se trata de un subconjunto de poblaciones con características similares donde se recoge la información y los datos necesarios para ahorrar recursos y tiempo. Hernández & Mendoza, (2018).

Tabla 2:

Muestra de estudio

Área	Cargo	N° Trabajadores
Gerencia	Gerente General	1
Contabilidad	Contador	1
Administración	Administradora	1
Administración	Asistente Administrativo	2
Total		4

Nota. Elaboración Propia

3.3.3. *Muestreo:*

Se utilizo una muestra no probabilística para encontrar resultados confiables y representativos de la población seleccionada para este proyecto. Como menciona Hernández y Mendoza (2018) son procedimiento

en los que no interviene el azar ni el cálculo de probabilidades por parte de los investigadores para su selección.

3.3.4. Unidad de análisis

La unidad de análisis son todos los empleados que están en la población y muestra.

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.

Se aplicará para las siguientes técnicas e instrumentos:

3.4.1. Técnica: Encuesta

La encuesta, se encarga de recoger datos necesarios relacionados con las variables del estudio. (Gallardo, 2017), considere la posibilidad de realizar encuestas para recopilar datos o información de forma sistemática y coherente. Asimismo, las encuestas se pueden realizar de diversas formas: virtualmente, por escrito, oralmente o por teléfono, por nombrar algunas. En este estudio, la encuesta se realizará entre 4 trabajadores, seleccionados, con un método de muestreo probabilístico, permitiendo recolectar información sobre las variables utilizadas en el estudio.

Tabla 3:

Técnicas e Instrumentos

Técnica	Instrumento	Unidad
Encuesta	Cuestionario para evaluar los costos comerciales y rentabilidad	Distribuidora Solgas Xiomara SAC

Nota. Marco teórico

3.4.2. Técnica 2: Análisis documental

Para analizar la variable se necesita recopilar, examinar y extraer la información, del documento dependiendo del estudio. (Useche, Artigas, Queipo & Perozo, 2019). Menciona que existe una técnica que es utilizado para la recolección de datos de los Estados Financieros de la distribuidora de gas doméstico Xiomara SAC.

3.4.3. Instrumento: Cuestionario de Costos Comerciales

El cuestionario para la variable costos comerciales su propósito que utiliza para analizar de costos variables del comercio. Según (Arias, 2020), es un conjunto de preguntas que se deben responder, diseñadas de manera fácil para que los encuestados respondan en tiempo y forma. Se empleará un diseño que será estructurado para medir los costos comerciales. Por lo que sea considerado 15 preguntas.

Instrumento 2: Cuestionario de Rentabilidad

El cuestionario tiene como propósito ser utilizado para ver el conjunto de preguntas que se debe responder, diseñadas de una forma fácil para los encuestados que lleguen a responder a tiempo para medir la rentabilidad. Arias (2020).

Instrumento 3: Ficha de análisis documental

Herramienta para registrar información de estados financieros y estados de resultados, que es una fuente útil para evaluar activos, pasivos, patrimonio, ingresos y gastos.

Según el coeficiente por Narváez, M (2023), es necesario asegurar que la herramienta recopile datos y la información que contiene justifique el análisis de la variable de estudio.

Al momento de utilizar el SPSS es una herramienta para que se vea que, si la fiabilidad es confiable de la empresa Distribuidora Solgas Xiomara SAC, Nuevo Chimbote – 2022.

Para demostrar la validez de los instrumentos, será verificado por 3 expertos, quien determinaran que si los instrumentos utilizados del estudio son adecuados para medir las variables de estudio. Marroquín (2017)

Tabla 4:

Validación por juicio de expertos

NOMBRES Y APELLIDOS	GRADO ACADÉMICO	INSTITUCIÓN
----------------------------	----------------------------	--------------------

Olga Ríos Espinoza	Contabilidad	Universidad Uladech
Mg. Goicochea Maqui	Maestro en	Universidad Cesar
Armando	Contabilidad	Vallejo
Abdias Ricser Flores	Contador Público Colegiado	Universidad Uladech

Nota. Elaboración Propia

También se utilizó un diseño estructurado para poder medir los costos comerciales. Se llegó a considerar 15 preguntas en sus dimensiones con las opciones de tipo de la Likert: muy bajo (1), baja (2), moderada (3), alta (4) y muy alta (5)

Tabla 5:

Parámetros del Alfa Cronbach

RANGO	CRITERIO
[0,81 a 1,00]	Muy alta
[0,61 a 0,80]	Alta
[0,41 a 0,60]	Moderada
[0,21 a 0,40]	Baja
[0,01 a 0,20]	Muy baja

Nota. Software SPSS 27

Marroquín (2017) menciona que la confiabilidad se refiere que es un instrumento de estudio que se determinó a través de una aplicación Alfa de Cronbach.

Tabla 6:

Confiabilidad del instrumento

ESTADÍSTICAS DE FIABILIDAD	
Alfa de Cronbach	N de elementos
0,53	30

Nota. Software SPSS 27

3.5. Procedimiento

La primera instancia se representará una carta a la empresa distribuidora de gas doméstico Xiomara SAC para que nos conceda el permiso de proporcionar la información necesaria para este proyecto, en el segundo caso se aplicara el cronograma se establecerán cuestionarios a los empleados, tanto como una revisión de los documentos que se constituyen los estados financieros del periodo 2022. En tercer lugar, luego de ser autorizados y aprobados por la organización, se elabora y ordenara la guía de análisis de documentos y el cuestionario que acompaña a las preguntas. Fueron confirmados previamente por tres expertos en la materia, en el cuarto lugar, se entregarán las herramientas a todas las personas incluidas en la muestra, finalmente los datos obtenidos se envían al programa Excel, donde se realizan los análisis correspondientes mediante tablas y estadísticas, y se enumeran y aplican formulas.

3.6. Método de análisis de datos

La implementación de procedimiento estadísticos se divide en dos partes, primero es necesario conocer los objetivos específicos de la empresa Distribuidora Solgas Xiomara SAC y obtener ganancia, se realiza mediante el método descriptivo con tablas de Frecuentemente, el grafico incluye elementos que tiene su base de datos, se compone de (colección de registro financieros y cuestionario). Segundo, utilizar el programa de Excel para poder organizar y sistematizar cada pregunta junto con las respuestas de los encuestados utilizando el programa Microsoft Excel a partir del cual utilizaría el programa SPSS versión 27; a través de este procesamiento se pueden verificar los resultados de investigación obtenidos y las hipótesis de investigación propuestas.

3.7. Aspectos Éticos

Para presentar la investigación, debemos indicar que tuvimos que enfocarnos en los principios que son los siguientes: a) El beneficio de realizar la investigación acorde con el campo profesional que da beneficio para la empresa. B) Se debería realizar un análisis de la información con cuidado y

el debido respeto, y el objetivo es mejorar el problema. C) La justicia es tratar por igual a todos los miembros que están en el estudio. D) El último es el principio de la honestidad, que implica realizar investigaciones con la absoluta transparencia, arrojando resultados confiables y honestos, donde se puede replicar en las futuras investigaciones.

IV. RESULTADOS

Según **Hernández y Mendoza (2018)**, los resultados consisten en los hallazgos que se hizo junto a procedimiento y técnicas estadísticas, las hipótesis tienen un enfoque cuantitativo para que puedan **verificar**, y cumplir con los **objetivo general y específicos** con el producto de investigación. **Guevara (2020)** menciona que dentro de los capítulos de los resultados muestra las **tablas, gráficos, cuadros, esquemas, etc.** Los que se descubrió fue que se permitió **que si acepta o rechaza las hipótesis que se planteó**. Como los hallazgos que se obtuvo como las principales conclusiones del producto de investigación.

4.1. Análisis descriptivo de la variable de Costos Comerciales

Se tuvo que hacer una encuesta de la muestra del presente estudio, mencionando la variable Costos Comerciales y lo siguiente resultados son:

Tabla 7:

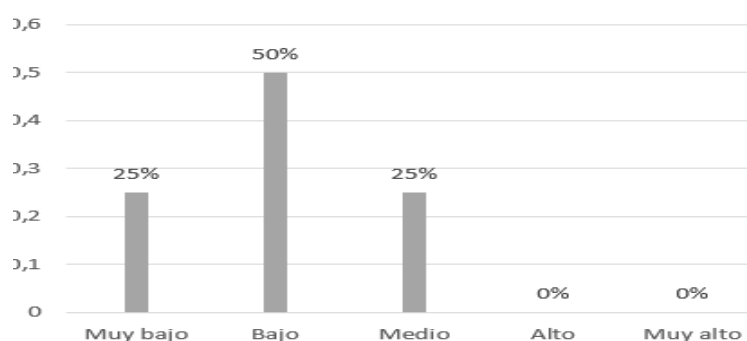
Estadístico de frecuencia de la variable Costos Comerciales

	Categorización	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	Muy Bajo	1	25.00%	25.00%
Casi nunca	Bajo	2	50.00%	75.00%
A veces	Medio	1	25.00%	100.00%
Casi siempre	Alto	0	0.00%	100.00%
Siempre	Muy Alto	0	0.00%	100.00%
Total		4	100.00%	

Nota. Aplicación de encuesta a la muestra de estudio, empresa Solas Xiomara SAC

Figura 2:

Recuento de porcentaje de Costos Comerciales
Costos Comerciales



Interpretación:

La tabla 7, como se llega a evidenciar que hay un 25% de que las personas no tienen mucho conocimiento sobre el tema, nivel bajo tiene 50%, al finalizar tiene nivel medio un 25% y en su finalidad con el nivel alto y en nivel muy alto tienen un 0%.

Ricardo, U, M (2021) hace mención que los Costos Comerciales especializa a la compra y venta de bienes destinados a la distribución en toda la zona de la que fueron producidas.

4.1.1. Análisis descriptivo de la dimensión Costo Reales

Los resultados que obtuvimos a través de la encuesta del estudio, de la dimensión Costos Reales su resultado fue lo siguiente:

Tabla 8:

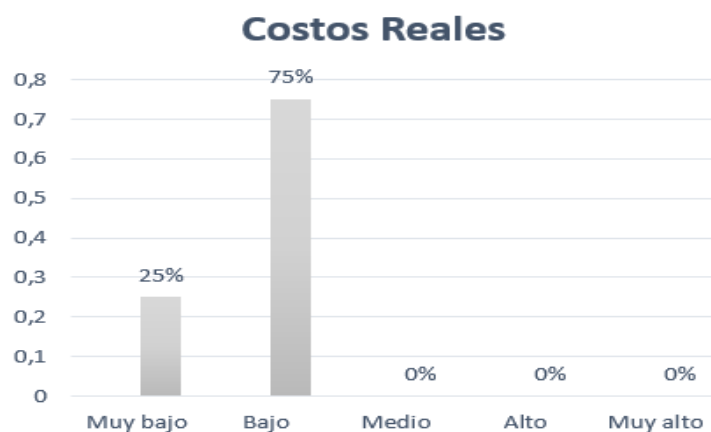
Estadístico de frecuencia de la dimensión Costos Reales

	Categorización	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	Muy Bajo	1	25.00%	25.00%
Casi nunca	Bajo	3	75.00%	100.00%
A veces	Medio	0	0.00%	100.00%
Casi siempre	Alto	0	0.00%	100.00%
Siempre	Muy Alto	0	0.00%	100.00%
Total		4	100.00%	

Nota. Aplicación de encuesta a la muestra de estudio, Solgas Xiomara SAC

Figura 3:

Recuento de porcentaje de Costos Reales:



Interpretación:

En la figura 3 está vinculado con la tabla para que se vea el porcentaje que tiene en el nivel muy bajo 25%, al finalizar tiene un poco de conocimiento de 75% y en sus 3 niveles siguientes que es medio, alto y muy alto tiene un 0% de que no conocen sobre el tema.

En concordancia Alcántara (2018) son costos que se realizan junto con un proceso de producción en pocas palabras gastos que se hace para la fabricación del producto.

4.1.2. Análisis descriptivo de la dimensión Costo de recuperación

En el análisis de la dimensión obtuvo un resultado de la dimensión Costos de Recuperación delos siguientes datos

Tabla 9:

Estadístico de frecuencia de la dimensión de Costos de Recuperación

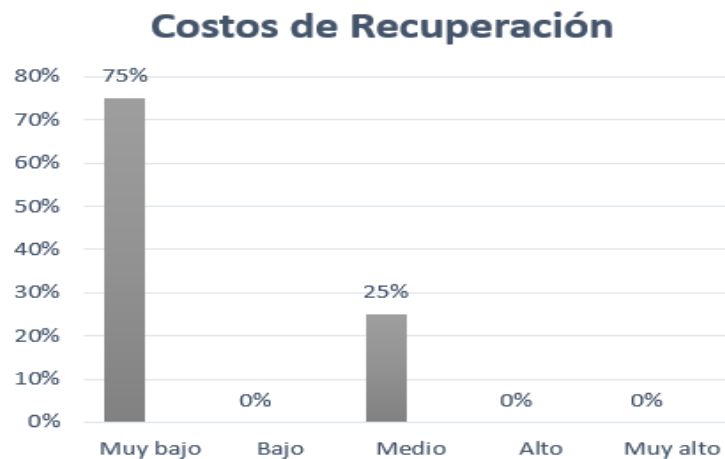
	Categorización	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	Muy Bajo	3	75.00%	75.00%
Casi nunca	Bajo	0	0.00%	75.00%

A veces	Medio	1	25.00%	100.00%
Casi siempre	Alto	0	0.00%	100.00%
Siempre	Muy Alto	0	0.00%	100.00%
Total		4	100.00%	

Nota. Aplicación de encuesta a la muestra de estudio, empresa Solgas Xiomara SAC

Figura 4:

Recuento de porcentaje de la dimensión Costos de Recuperación



Interpretación:

Ahora sobre la dimensión de Costos de Recuperación de la figura 4 se hizo su grafico con la ayuda de la encuesta que se sacó de sus porcentajes de la tabla 8 y los siguientes son, el nivel muy bajo tiene 75%, el nivel bajo muestra que tiene un 0%, el nivel medio tiene 25% que las personas que, si cumplen con el requisito, si conocen sobre el tema, pero los 2 niveles que son alto y muy alto tienen 0%.

Para Alcántara (2018) es cuando uno invierte en un activo que te genera en una terminación un ingreso o venta, lo que se recupera en un 100% del costo.

4.1.3. Análisis descriptivo de la dimensión Control de costos

El resultado obtenido a través de la investigación del aspecto Control de Costos fueron:

Tabla 10:

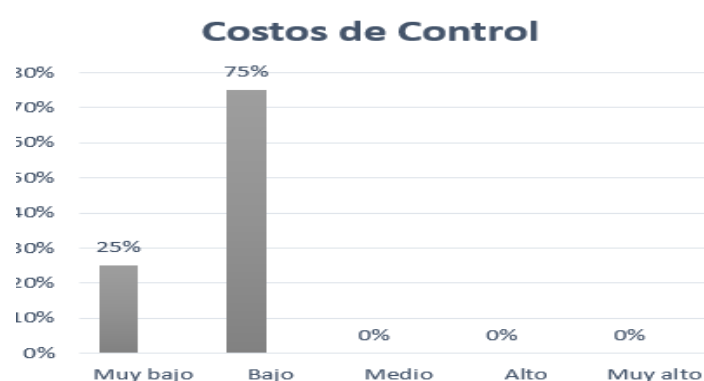
Estadístico de frecuencia de la dimensión Control de Costos

	Categorización	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	Muy Bajo	1	25.00%	25.00%
Casi nunca	Bajo	3	75.00%	100.00%
A veces	Medio	0	0.00%	100.00%
Casi siempre	Alto	0	0.00%	100.00%
Siempre	Muy Alto	0	0.00%	100.00%
Total		4	100.00%	

Nota. Aplicación de encuesta a la muestra de estudio, empresa Solgas Xiomara SAC

Figura 5:

Recuento de porcentaje de la dimensión Control de Costos



Interpretación:

Como se lleva observar en la figura 5 se hizo su gráfico con sus porcentajes de la tabla 10, como podemos evidenciar que un 25% de muy bajo, en el nivel bajo tiene un porcentaje de 75% que, si cumplen con el requisito, pero los 3 niveles que son los que faltan medio, alto y muy alto tienen un 0% de sus capacidades que no saben mucho.

Para Asana, T (2022) el control de costos permite en saber de donde procede cada costo, como se ha llegado a distribuir el proceso productivo y en cuales se podría actuar para la mejora de la rentabilidad del negocio.

4.2. Análisis descriptivo de la variable de la rentabilidad

Se mostro que los resultados de la segunda variable se muestran a continuación:

Tabla 11:

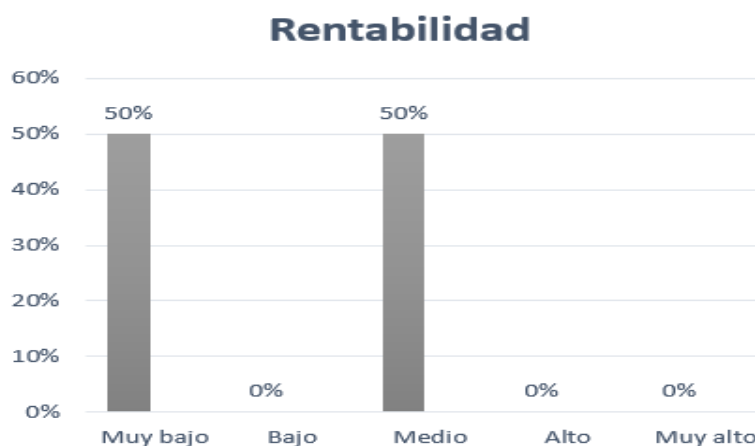
Estadístico de frecuencia de la Rentabilidad

	Categorización	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	Muy Bajo	2	50.00%	50.00%
Casi nunca	Bajo	0	0.00%	50.00%
A veces	Medio	2	50.00%	100.00%
Casi siempre	Alto	0	0.00%	100.00%
Siempre	Muy Alto	0	0.00%	100.00%
Total		4	100.00%	

Nota. Aplicación de encuesta a la muestra de estudio, empresa Solgas Xiomara SAC

Figura 6:

Recuento de porcentaje de la variable Rentabilidad



Interpretación:

Se tuvo que hacer la tabla 11 para ver el porcentaje de las personas que tienen conocimiento en este caso hay nivel muy bajo tiene 50%, el nivel bajo tiene un 0% y medio que es de 50% de las personas saben sobre la variable y los demás niveles tanto como alto y muy alto tienen el 0%.

Solís (2021) son entidades para que luego se descartaran gastos que estén relacionados con los ingresos.

4.2.1. Análisis descriptivo de la dimensión Rentabilidad Económica

Todos los resultados se tuvieron en una encuesta y se hizo una tabla para que salga bien organizado y se va el porcentaje de las respuestas que se han marcado para que luego se hiciera su gráfico.

Tabla 12:

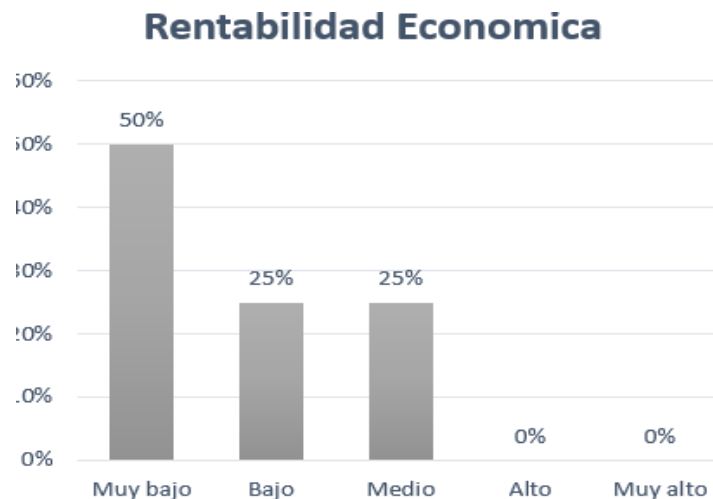
Estadístico de frecuencia de las dimensiones Rentabilidad Económica

	Categorización	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	Muy Bajo	1	25.00%	25.00%
Casi nunca	Bajo	1	25.00%	50.00%
A veces	Medio	2	50.00%	100.00%
Casi siempre	Alto	0	0.00%	100.00%
Siempre	Muy Alto	0	0.00%	100.00%
Total		4	100.00%	

Nota. Aplicación de encuesta a la muestra de estudio, empresa Solgas Xiomara SAC

Figura 7:

Recuento de porcentaje de la dimensión Rentabilidad Económica



Interpretación:

Como se llega a evidenciar se está mostrando que en la tabla 12 se hizo su gráfico de porcentaje que es la figura 7 que tiene 50% de nivel muy

bajo, bajo tiene un porcentaje de 25%, por último, tiene medio de 25% de las personas con la capacidad sobre el tema, el nivel alto y muy alto tienen de 0% porque no saben lo suficiente.

Para Rodríguez (2019) da beneficios a la empresa de las inversiones que ya están realizadas. Para eso utilizan los estados financieros empresarial.

4.2.2. Análisis descriptivo de la dimensión Ventas

Como se lleva a ver se hizo una tabla y junto con su grafico para que se vea las respuestas de las encuestas y en que niveles se encuentran la población y sus conocimientos.

Tabla 13:

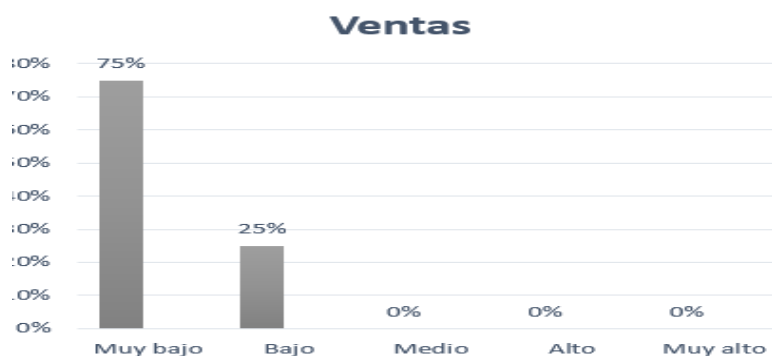
Estadístico de frecuencia de la dimensión Ventas

	Categorización	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	Muy Bajo	3	75.00%	75.00%
Casi nunca	Bajo	1	25.00%	100.00%
A veces	Medio	0	0.00%	100.00%
Casi siempre	Alto	0	0.00%	100.00%
Siempre	Muy Alto	0	0.00%	100.00%
Total		4	100.00%	

Nota. Aplicación de encuesta a la muestra de estudio, empresa Solgas Xiomara SAC

Figura 8:

Recuento de porcentaje de la dimensión de Ventas



Interpretación:

La figura 8 que se lleva que hubo un porcentaje de 75% nivel muy bajo que se ve que poco conocimiento sobre el tema y nivel bajo que se obtuvo un 25% de las pocas personas que saben sobre el tema, y los demás niveles contiene un 0% como medio, alto y muy alto.

Sandoval (2022) es un elemento que se utiliza para las pocas personas. Es un fondo que fue aportado por todos los inversionistas. Porque es muy importante que da beneficios como ganancias por las ventas de los productos o prestación de un servicio.

4.2.3. Análisis descriptivo de la dimensión Rentabilidad Financiera

Para este análisis se tuvo que hacer su tabla de frecuencia en su totalidad y se graficó para ver los porcentajes de los encuestados.

Tabla 14:

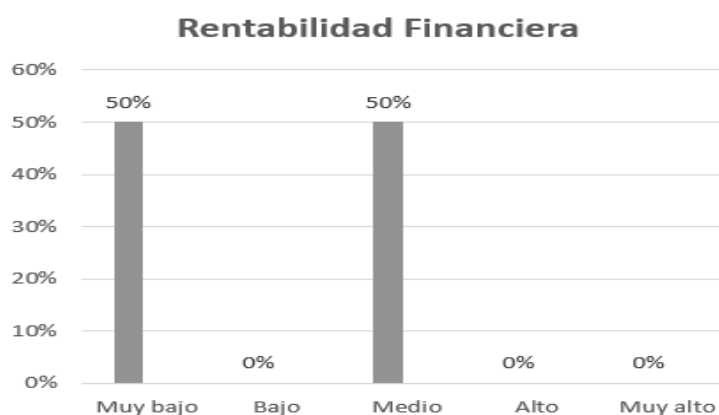
Estadístico de frecuencia de la dimensión Rentabilidad Financiera

	Categorización	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	Muy Bajo	2	50.00%	50.00%
Casi nunca	Bajo	0	0.00%	50.00%
A veces	Medio	2	50.00%	100.00%
Casi siempre	Alto	0	0.00%	100.00%
Siempre	Muy Alto	0	0.00%	100.00%
Total		4	100.00%	

Nota. Aplicación de encuesta a la muestra de estudio, empresa Solgas Xiomara SAC

Figura 9:

Recuento de porcentaje de la dimensión Rentabilidad Financiera



Interpretación:

La figura 9 que se lleva a evidenciar que hubo un porcentaje de 50 % en nivel muy bajo, en el nivel bajo tiene un 0%, en un nivel medio hay un 50% de los conocimientos que tienen, pero los que son los 2 niveles que sobran alto y muy alto tiene uno del 0%.

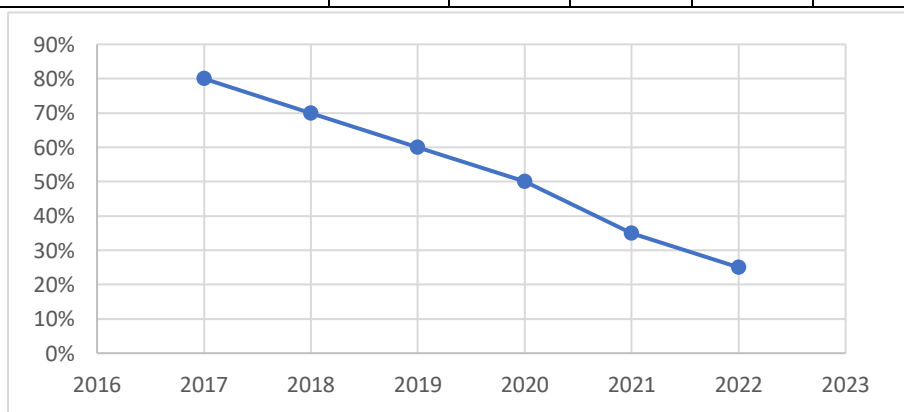
Para Antón (2017) Un análisis implica un resultado que genera los intereses que sea relacionado con otros fondos de la empresa y esto daría beneficios.

4.2.4. Ratios Rentabilidad

4.2.4.1. Rentabilidad Económica

Considerando la relación con la proporción de la empresa como producto, en este caso el margen de beneficio económico, obtenemos el siguiente indicador:

	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Rentabilidad Económica	80%	70%	60%	50%	35%	25%

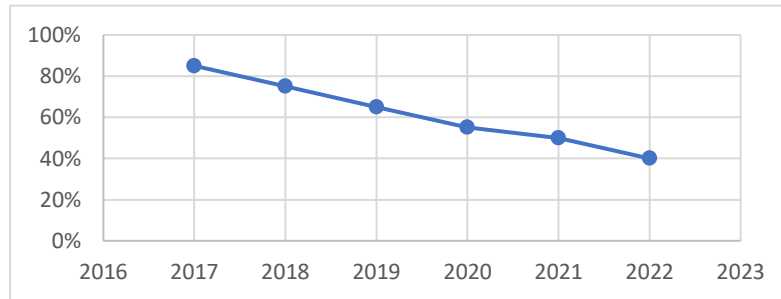


Interpretación:

Como puede ver el grafico la empresa se fundó entre el año 2017 y 2022, ya que se ve afectada por el tiempo.

4.2.4.2. Rentabilidad ventas

Dada a la realización de los ratios de la empresa Solgas Xiomara SAC tenemos los siguientes porcentajes de los últimos 5 años que se hizo un análisis:

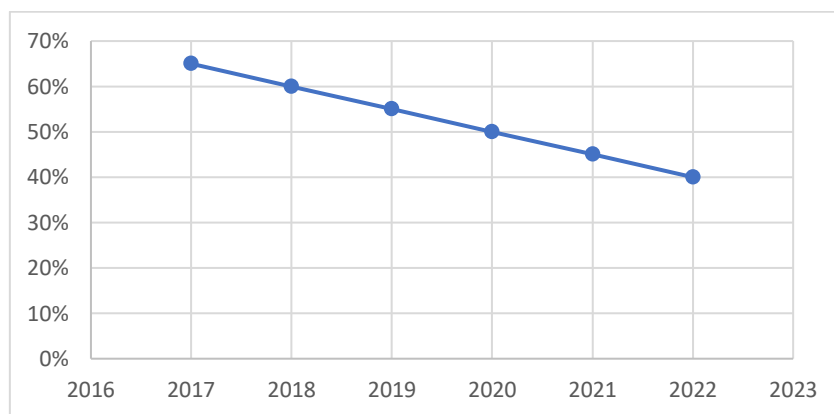


Interpretación:

En el año 2017 las ventas del producto fueron grande sus ganancias, pero después del año 2018 empezaron a disminuir sus ganancias hasta el año 2022 del año pasado por las malas decisiones que se tuvo.

4.2.4.3. Rentabilidad Financiera

Su realización de ratios de la empresa Solgas Xiomara SAC se hizo los porcentajes de los últimos 5 años que se hizo un análisis de su indicador:



Interpretación:

La empresa tuvo accionistas que apoyaron en sus inicios tuvo resultados excelente en su primer año, después de ese primer año

empezaron a no invertir como antes porque vieron que no progresaba durante los años siguientes.

4.3. Análisis Inferencial

Al realizar un análisis inferencial a través de la investigación se tuvo que aplicar una prueba de normalidad, que esto se trata de que la muestra es menor de las 50 personas, se tendría que aplicar la prueba Shapiro-Wilk de esta forma se vería el nivel de la normalidad, con lo cual indicaría que si el coeficiente es mayor al 5% (>0.05), se haría una distribución de los datos con normalidad, pero si fuera menor del 5% (<0.05) se daría una distribución no normal.

Se ha logrado conseguir a través de la prueba de normalidad, ha sido obtenido por una de las variables que corresponde de la hipótesis general y específico, se llegaría a mostrar su nivel de significancia que es superior de 0.05.

Tabla 15:

Prueba de normalidad

Variables	Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.
Costos Comerciales	0.945	4	0.683
Rentabilidad	0.729	4	0.024

Nota. Software SPSS 27

Se mostro que la prueba de normalidad tiene la significancia que es mayor del 5%. Se utilizo la correlación de Pearson obtenida a partir de esa correlación

Tabla 16:

Baremo de interpretación del coeficiente Correlación de Pearson

VALOR	CRITERIO
R = 1.00	Relación positiva perfecta
$0.90 \leq r < 0.99$	Relación muy alta

$0.70 \leq r < 0.89$	Relación alta
$0.40 \leq r < 0.69$	Relación moderada
$0.20 \leq r < 0.39$	Relación baja
$0.01 \leq r < 0.19$	Relación muy baja
$r = 0.00$	Relación nula
$R = -1.00$	Relación negativa perfecta

Nota. Software SPSS 27

4.3.1. Contrastación de Hipótesis General

H1= Costos Comerciales se relaciona con la rentabilidad en la empresa Distribuidora de gas doméstico Xiomara SAC, Nuevo Chimbote – 2022.

H2= Costos Comerciales no se relaciona con la rentabilidad en la empresa Distribuidora de gas doméstico Xiomara SAC, Nuevo Chimbote – 2022.

Tabla 17:

Baremo de interpretación del coeficiente Correlación de Pearson

VALOR	CRITERIO
$R = 1.00$	Relación positiva perfecta
$0.90 \leq r < 0.99$	Relación muy alta
$0.70 \leq r < 0.89$	Relación alta
$0.40 \leq r < 0.69$	Relación moderada
$0.20 \leq r < 0.39$	Relación baja
$0.01 \leq r < 0.19$	Relación muy baja
$r = 0.00$	Relación nula
$R = -1.00$	Relación negativa perfecta

Nota. Software SPSS 27

a.1. Correlación Pearson

Tabla 18:

Relación entre Costos Comerciales y Rentabilidad

VARIABLE 1	VAIRABLE 2
------------	------------

	Rho de Pearson	1,000	,707
VARIABLE 1	Sig. (bilateral)		,293
	N	4	4
	Rho de Pearson	,707	1,000
VARIABLE 2	Sig. (bilateral)	,293	
	N	4	4

Nota. Software SPSS 27

Interpretación:

La tabla 18 muestra que su coeficiente de correlación de Pearson tiene una validación de 0,707, y su significancia es de 0,293 muestra que no tiene relación con sus 2 variables.

a.2. Nivel significancia

$$\alpha = 95\% \quad Z \text{ crítica} = 1.96$$

a.3. Cálculo Estadístico

$$Z = \frac{\tau}{\sqrt{\frac{2(2N + 5)}{9N(N - 1)}}}$$

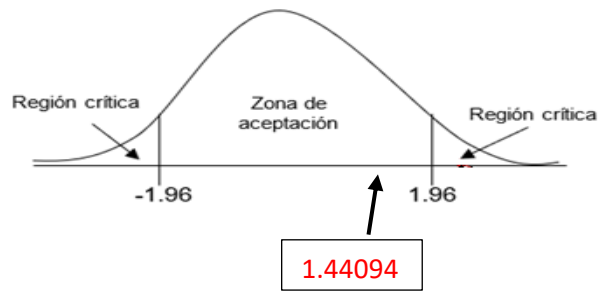
Dónde:

Z crítico= 1.96

r=0.707

N=4

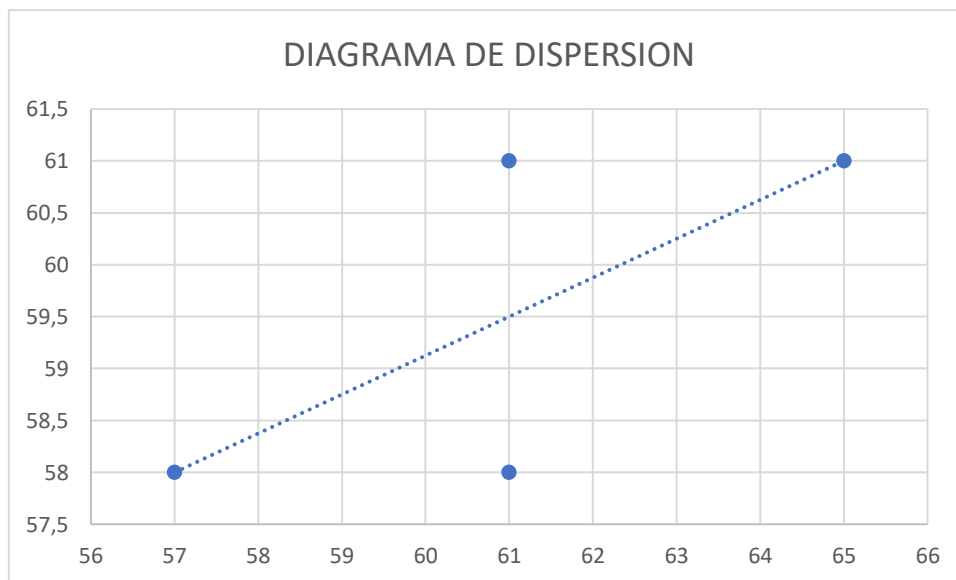
Para poder realizar estadístico se tendría que reemplazar datos de la formula Z, para poder tener el valor Z calculado, el valor que se obtuvo del cálculo es de 1.44094, donde se puede verificar e ubicarse en el gráfico de campana Gauss:



Análisis:

Según su valor de la Z es de $1.44094 < 1.96$, se encuentra en la zona de aceptación.

a.4. Diagrama de Dispersión



Interpretación:

Como se puede ver el grafico muestra que si tiene relación estrecha entre ambas variables: Costos Comerciales y Rentabilidad

4.3.2. Contrastación de Hipótesis Especifico1

H1= Costos Comerciales se relaciona con la Rentabilidad Económica en la empre Distribidora Solgas Xiomara SAC, Nuevo Chimbote – 2022.

H2= Costos Comerciales no se relaciona con la Rentabilidad Económica en la empresa Distribidora Solgas Xiomara SAC, Nuevo Chimbote – 2022.

Tabla 19:*Baremo de interpretación del coeficiente Correlación de Pearson*

VALOR	CRITERIO
R = 1.00	Relación positiva perfecta
$0.90 \leq r < 0.99$	Relación muy alta
$0.70 \leq r < 0.89$	Relación alta
$0.40 \leq r < 0.69$	Relación moderada
$0.20 \leq r < 0.39$	Relación baja
$0.01 \leq r < 0.19$	Relación muy baja
r = 0.00	Relación nula
R = -1.00	Relación negativa perfecta

Nota. Software SPSS 27

b.1. Correlación Pearson

Tabla 20:*Relación entre Costos Comerciales y Rentabilidad Económica*

		VARIABLE 1	DM4
	Rho de Pearson	1,000	-,426
VARIABLE 1	Sig. (bilateral)		,574
	N	4	4
	Rho de Pearson	-,426	1,000
DM4	Sig. (bilateral)	,574	
	N	4	4

*Nota. Software SPSS 27***Interpretación:**

La tabla 20 muestra su coeficiente de un valor con 0.574, entonces se confirma que no tiene relación con su significancia de las variables, entre Costos Comerciales y Rentabilidad Económica. Su correlación de -0,426, como se puede observar que no tiene relación entre la variable y su dimensión.

b.2. Nivel de significancia

$$\alpha = 95\% \quad Z \text{ crítica} = 1.96$$

b.3. Cálculo Estadístico

$$Z = \frac{\tau}{\sqrt{\frac{2(2N + 5)}{9N(N - 1)}}}$$

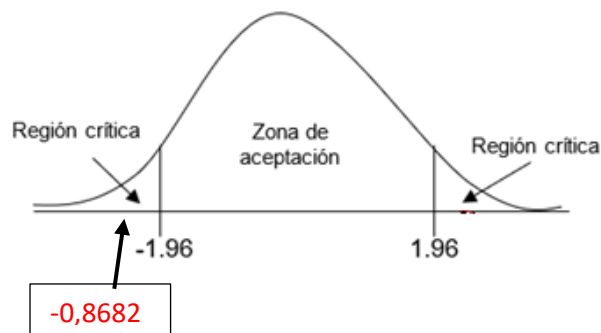
Dónde:

Z crítico: 1.96

r= -0,426

N=4

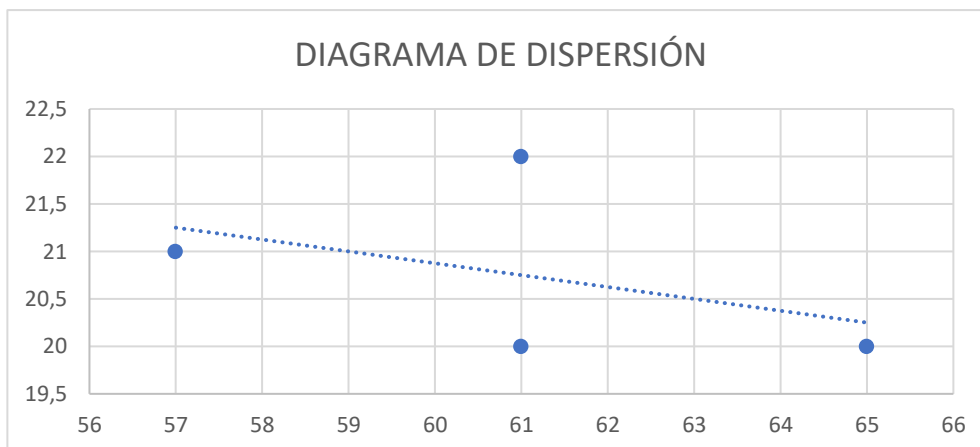
Al realizar un análisis previo del cálculo estadístico se va remplazar datos del Valor de la Z que es de 1.1087 por lo cual se puede ver en el grafico:



Análisis:

Si se compara el valor de la Z calculado y Z crítico se puede observar que el $-0,8682 > 1.96$, entonces es un valor de probabilidad Z calculado menor al de Crítico que se puede verificar que está en la región crítica.

b.4. Diagrama de Dispersión



Interpretación

Como se llega a evidenciar el diagrama de dispersión, dándose cuenta en la densidad de su primera variable y la dimensión, con lo que se puede afirmar una relación negativa de los costos comerciales y su Rentabilidad Económica.

4.3.3. Contrastación de Hipótesis Especifico 2

H1= Costos Comerciales se relaciona con la Ventas en la empresa Distribuidora de gas doméstico Xiomara SAC, Nuevo Chimbote – 2022.

H2= Costos Comerciales no se relaciona con las ventas en la empresa Distribuidora de gas Doméstico Xiomara SAC, Nuevo Chimbote – 2022.

Tabla 21:

Baremo de interpretación del coeficiente Correlación de Pearson

VALOR	CRITERIO
R = 1.00	Relación positiva perfecta
$0.90 \leq r < 0.99$	Relación muy alta
$0.70 \leq r < 0.89$	Relación alta
$0.40 \leq r < 0.69$	Relación moderada
$0.20 \leq r < 0.39$	Relación baja
$0.01 \leq r < 0.19$	Relación muy baja
r = 0.00	Relación nula
R = -1.00	Relación negativa perfecta

Nota. Software SPSS 27

a.1. Correlación Pearson

Tabla 22:*Relación entre Costos Comerciales y Ventas*

		VARIABLE 1	DM5
VARIABLE 1	Rho de Pearson	1,000	,544
	Sig. (bilateral)		,456
	N	4	4
DM5	Rho de Pearson	,544	1,000
	Sig. (bilateral)	,456	
	N	4	4

*Nota. Software SPSS 27***Interpretación:**

Su tabla 22 muestra que la Correlacional Pearson, fue obtenida con un valor de 0.456, lo cual es menor del 5% con esto se confirma que no tiene una relación significativamente de la variable con la dimensión con una correlación de 0.544.

c.2. Nivel Significancia

$$\alpha = 95\% \quad Z \text{ crítica} = 1.96$$

c.3. Cálculo Estadístico

$$Z = \frac{\tau}{\sqrt{\frac{2(2N + 5)}{9N(N - 1)}}}$$

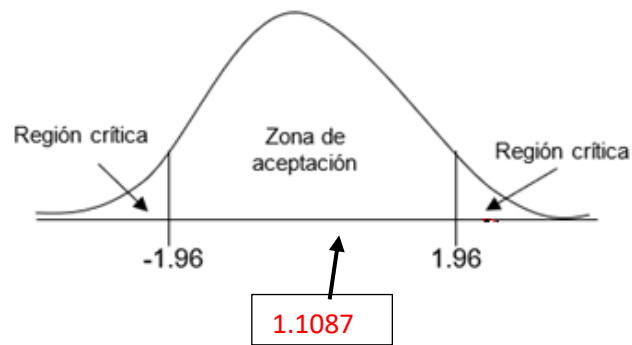
Dónde:

Z – Critico: 1.96

R= 0.544

N= 4

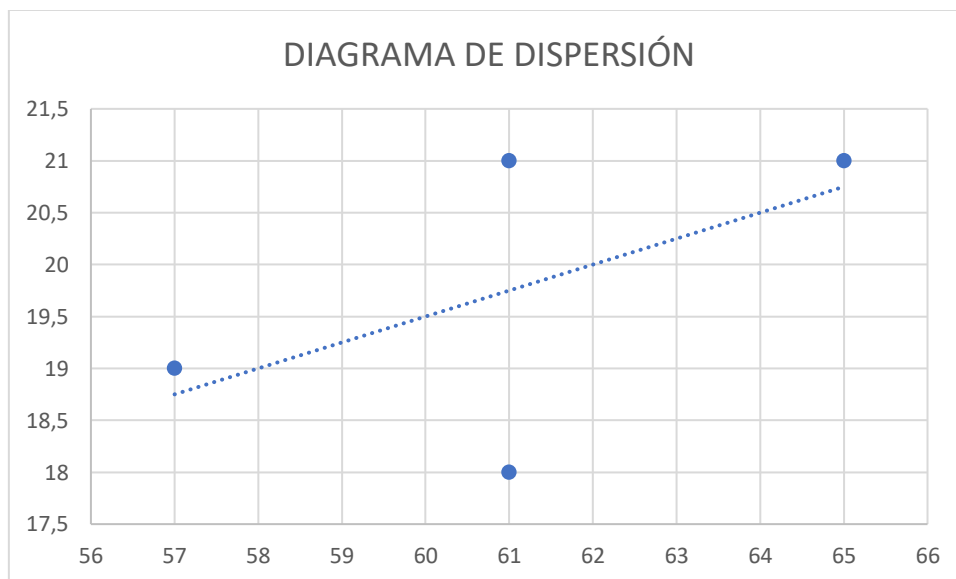
Al realizar un cálculo estadístico se va remplazar datos del Valor de la Z que es de 1.1087 como se puede ver en el grafico:



Análisis:

Se ha llegado a calcular el valor de Z es de $1.1087 < 1.96$ es un valor aceptable.

c.4. Diagrama de Dispersión



Interpretación:

El diagrama de dispersión en este caso como se llega a visualizar que tiene relación de la variable y su dimensión que son costos comerciales y ventas.

4.3.4. Contrastación de Hipótesis Especifico 3

H1= Costos Comerciales se relaciona con la Rentabilidad Financiera en la empresa Distribuidora de gas doméstico Xiomara SAC, Nuevo Chimbote -2022.

H2= Costos Comerciales no se relaciona con la Rentabilidad Financiera en la empresa Distribuidora de gas doméstico Xiomara SAC, Nuevo Chimbote – 2022.

Tabla 23:

Baremo de interpretación del coeficiente Correlación de Pearson

VALOR	CRITERIO
R = 1.00	Relación positiva perfecta
$0.90 \leq r < 0.99$	Relación muy alta
$0.70 \leq r < 0.89$	Relación alta
$0.40 \leq r < 0.69$	Relación moderada
$0.20 \leq r < 0.39$	Relación baja
$0.01 \leq r < 0.19$	Relación muy baja
r = 0.00	Relación nula
R = -1.00	Relación negativa perfecta

Nota. Software SPSS 27

d.1. Correlación Pearson

Tabla 24:

Relación entre Costos Comerciales y Rentabilidad Financiera

		VARIABLE 1	DM6
VARIABLE 1	Rho de Pearson	1,000	,707
	Sig. (bilateral)		,293
	N	4	4
DM6	Rho de Pearson	,707	1,000
	Sig. (bilateral)	,293	
	N	4	4

Nota. Software SPSS 27

Interpretación:

En la tabla 24 muestra que su valor es 0,293. Por tanto, encontramos que no tienen una conexión de 0,707 entre la variable y su dimensión.

d.2. Nivel significancia

$$\alpha = 95\% \quad Z \text{ crítica} = 1.96$$

d.3. Cálculo Estadístico

Dónde:

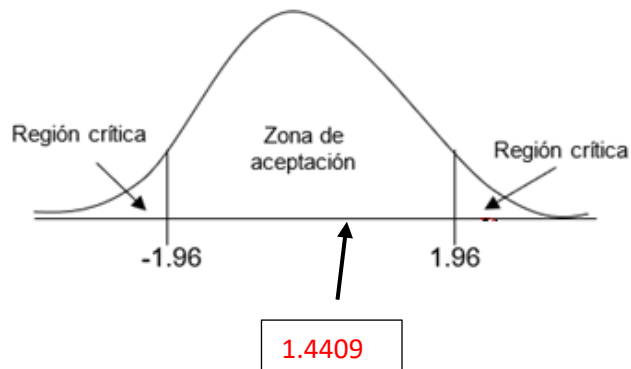
Z – Crítica: 1.96

r= 0.707

N= 4

$$Z = \frac{\tau}{\sqrt{\frac{2(2N + 5)}{9N(N - 1)}}}$$

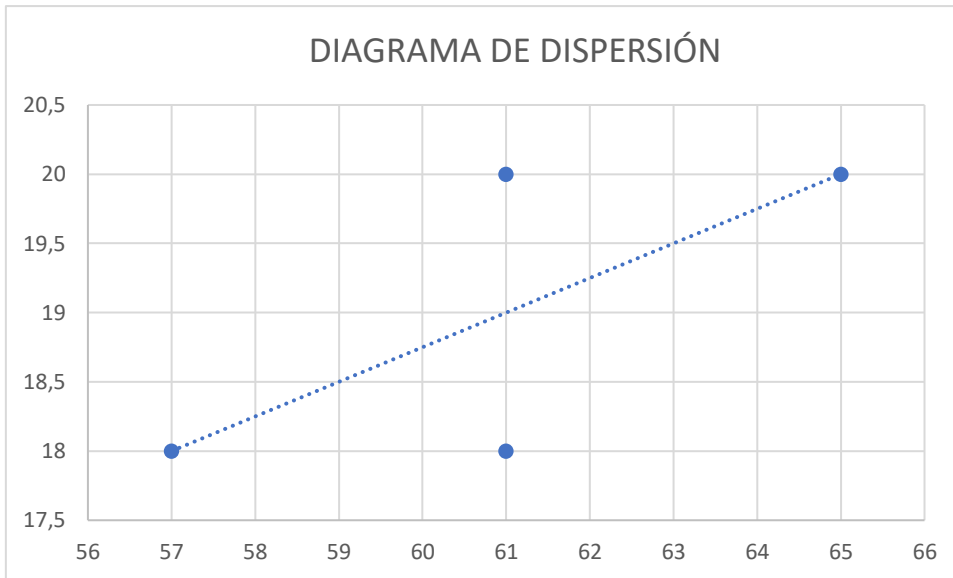
El cálculo estadístico se reemplazaría el valor de la Z que es de 1.4409 como se puede ver en el gráfico.



Análisis

La comparación el valor Z se calcula como el valor probabilidad Z crítico o máximo, con lo que se puede observar que es de $1.4409 < 1.96$, entonces se puede ver que la región crítica fue aceptada.

d.4. Diagrama de Dispersión



Interpretación:

De acuerdo al diagrama de dispersión la variable y la dimensión que son costos comerciales y Rentabilidad Financiera tienen una relación positivamente.

V. DISCUSIÓN

Según su objetivo general, para poder llegar a determinar la relación entre los Costos Comerciales y Rentabilidad en la Distribuidora de gas doméstico Solgas Xiomara SAC, Nuevo Chimbote – 2022. Los resultados que se obtuvo en el cuadro 18 muestra que no existe cierta correlación positivamente de ($r=0,707$), entre los Costos Comerciales y Rentabilidad, que refleja que los procedimientos que se realiza en los costos comerciales no tiene relación directa con la rentabilidad, a los datos al ser comparados con lo encontrado por Gonzales y Ramírez (2022) la tesis titulado “Costos Comerciales y su Rentabilidad en el sector Comercial” se concluyó que sus consecuencias de los costos son realizados por medio de porcentajes por la gerencia, esto ocasiona con sobrecostos y afecta en la Rentabilidad Financiera. Con estos resultados afirma que los Costos Comerciales si contribuye de manera favorable con la Rentabilidad, además Ricardo, U, M (2021) se dedica a la comercialización de productos como compra y venta para el reparto de pedidos sin los ingresos no se podría hacer nada ni hacer compras de balones para las ventas directas.

Con lo que respecta el objetivo específico 1, no tiene una relación con los Costos Comerciales y Rentabilidad Económica de la Distribuidora de gas doméstico Solgas Xiomara SAC, nuevo Chimbote – 2022, que evidencia que su resultado obtenido de r_h de correlación de Pearson cual fue de (0,574), alcanzando con su significancia de (-0,426) que su nivel menor de 0,05, la cuya interpretación confirma 2 aspectos, el primero tiene relación de correlación y el resultado de la significancia no tiene relación. Méndez y Silva (2019) la tesis llamada “Evaluación del impacto en costos y rentabilidad de una panadería en San José, Nuevo Chimbote – 2019”. Esto concluye que su producción impacta positivamente en la rentabilidad de la panadería que hace Contribución con las ganancias, que genera el gerente general de la empresa. Para Rodríguez (2019), hace mención que da beneficios a la empresa dando inversión realizados.

El objetivo específico 2, no establece una relación entre Costos Comerciales y en las ventas de la distribuidora de gas doméstico Xiomara SAC, Nuevo Chimbote – 2022, que evidencia que el resultado de r_h correlacional de Pearson cual fue de (0,544), alcanzando con su significancia de (0,456) que es un nivel mayor de 0,05 tiene dos aspectos fundamentales, lo primero de la correlación es positiva y la segunda su significancia que no tiene relación. Choquehuanca y Ortiz (2021) su tesis titulada “Costos de ventas y Rentabilidad de las pequeñas empresas Comerciales del sector libro de Cercado Arequipa”, con esto concluye que su adquisición se relación con la Economía de las pequeñas empresas, esto es necesario para el funcionamiento de la gestión comercial.

Para Sandoval (2022) es un elemento o concepto que es muy utilizado porque existe beneficios como ganancias que vamos a tener por cada uno de los productos o servicios.

El objetivo específico 3, establece que no tiene relación entre los Costos Comerciales y Rentabilidad Financiera de la Distribuidora de gas doméstico Xiomara SAC, Nuevo Chimbote – 2022, que muestra que el resultado de r_h correlación de Pearson fue de (0,707), mostrando que sus 2 aspectos, el primero es la relación y el segundo es el resultado de la significancia es de (0,293) que, si es mayor al de 0,05, que confirma sus 2 aspectos, el primero es la relación y el segundo es el resultado de la significancia que no tiene relación. María, M, E, A (2017) el titulado “Aplicación de estrategia financieras, sus financieros y su impacto en la Rentabilidad de la pequeña empresa manufacturada en cuero”. Esto concluye que está adaptada con la entidad, también en su vez la parte operativa disminuye los Costos directos y su financiera, esto se logra obtener una línea de baja tasa, que demuestra que impacta de manera positivamente.

Para Antón (2017), hace mención que implica los resultados que genera los intereses, una relación con los fondos de la empresa. Lo

importante señala que hay con la Rentabilidad Económica y Financiera con la empresa.

VI. CONCLUSIONES

Al finalizar la investigación se logró considerar los objetivos que se trazó, con esto se puede llegar a las conclusiones de la investigación:

1. EL objetivo general se llegó a determinar que los Costos Comerciales en la empresa Distribuidora Solgas Xiomara SAC, tiene como nivel medio de conocimiento con un porcentaje de 25% de los encuestados, con esto llega a demostrar que no conocen mucho sobre el tema de la primera variable. En cuanto a la Rentabilidad tiene un porcentaje de 50% que demuestra que tiene un nivel medio que tienen conocimiento y que cumple con los requisitos que requiere la empresa. De esta manera se determinó que el coeficiente correlación, arroja que tiene un valor de 0.707 que representa que no tiene relación de las dos variables estudiados. Costos Comerciales es utilizado por personas que se especializan en el marketing, es decir, para comprar y vender productos sin ninguna transformación física, sin el proceso de información del producto. Se define que la Rentabilidad tiene que haber generado buenas ganancias cuanto más ingresar, ventas hay más rentabilidad con buenos beneficios.

2. El objetivo específico 1 se llegó a determinar que los Costos Comerciales en la empresa Distribuidora Solgas Xiomara SAC, tiene como un nivel medio de conocimiento con un porcentaje de 25% de los encuestados, con esto llega a demostrar que no conocen mucho sobre el tema de la primera variable. En cuanto a la Rentabilidad Económica tiene un porcentaje de 25% que esto demuestra que tiene un nivel medio que tiene un reconocimiento que cumple con el requisito de la variable y dimensión, entre Costos Comerciales y de Rentabilidad Económica, su correlación es de 0.544 lo que indica que la variable y la dimensión que no tienen relación. Como observamos que la rentabilidad económica es el beneficio que da a una empresa de una inversión realizada.

3. El objetivo específico 2 se determinó que los Costos Comerciales en la empresa Distribuidora Solgas Xiomara SAC, tiene como un nivel medio de conocimiento con un porcentaje de 25% de los encuestados, con esto llega a demostrar que no conocen mucho sobre el

tema de la primera variable. En cuanto a la dimensión de Ventas tiene un porcentaje de nivel bajo de 25% que llegaron al punto máximo que se llegó en la encuesta. La relación significancia demuestra que no tiene relación de la variable con la dimensión con una correlación de 0.544. Las Ventas es un elemento o concepto muy utilizado, pero pocas personas conocen en realidad su definición. Es importante porque existen muchos beneficios de un correcto de los beneficios exacto que obtendremos por cada unidad de producto o servicio vendido. Se obtiene dividiendo del beneficio neto entre los activos netos de la empresa. Mide la Rentabilidad capital aportado por los inversores.

4. El objetivo específico 3 se logró determino que los Costos Comerciales en la empresa Distribuidora Solgas Xiomara SAC, tiene como un nivel medio de conocimiento con un porcentaje de 25% de los encuestados, con esto llega a demostrar que no conocen mucho sobre el tema de la primera variable. La dimensión de Rentabilidad Financiero tuvo un porcentaje máximo de 50% de un nivel medio porque las personas fueron dos personas. No tiene una conexión de la variable con la dimensión y tiene una relación de 0.707, la Rentabilidad Financiera el análisis tiene que ver con los resultados que genera después de interés, porque se calcula en relación al patrimonio de la empresa y los ingresos netos ante de impuestos expresados como porcentaje. Asimismo, es importante señalar que la relación que existe entre las ganancias económica y financiera de una empresa se conoce como apalancamiento.

VII. RECOMENDACIONES

En cuanto a la metodología, se recomiendan que se siga realizando estudios estadísticos que, con ellos, aporten instrumentos validaciones y confiabilidad que contribuyen a la recolección de datos sobre las variables Costos Comerciales y Rentabilidad.

Con respecto a las recomendaciones sobre el área académica, se plantearía que los estudiantes del rubro de contabilidad, un mayor enfoque de resultados en función de las variables del estudio, para que de esta manera pueda contribuir en las empresas.

Acerca de la vista práctico, se aportan las siguientes recomendaciones detalladas a continuación:

Se recomienda: Que le gerente haga ante la problemática de la competitividad de la empresa con un enfoque profesional y con la aplicación de la serie de herramienta para de aumento de la productividad.

Se recomienda: Que los trabajadores competentes que han recibido la formación necesaria para realizar diversas tareas y pueden llevar a cabo las tareas y garantizar el éxito.

Se recomienda: Las empresas necesitan modernizarse y no verse frenadas por la transformación digital que se esta produciendo en muchas empresas. Estas representan las inversiones necesarias en la era digital para las nuevas tecnologías y modernización empresarial.

Se recomienda: Reducir costos innecesarios es un paso necesario para las empresas que buscan formas de aumentar la productividad.

REFERENCIAS

Alcántara, M, B. (2018). Gestión de Costos y precios. Unitecmx. https://www.academia.edu/44238894/Gestion_de_Costos_y_precios

Alejandro, D, S. (2022b). Precio de adquisición. Economipedia. <https://economipedia.com/definiciones/precio-de-adquisicion.html>

Asana, T. (2022, October 1). Control de costos: cómo monitorear los gastos del proyecto para aumentar la rentabilidad [2022] • Asana. Asana. <https://asana.com/es/resources/cost-control>

Antón, S. (2017). Rentabilidad empresarial. Obtenido de <https://www.mytriplea.com/diccionario-financiero/rentabilidad-empresarial/>

Arias (2020) Técnicas e instrumentos de investigación científica. <http://hdl.handle.net/20.500.12390/2238>

ChoqueHuanca y Ortiz (2021) Costo de venta y la rentabilidad en las pequeñas empresas comerciales del rubro librerías del cercado de Arequipa, 2020. file:///C:/Users/user/Downloads/Choquehuanca_VLA-Ortiz_CPG-SD%20(1).pdf

Edson Jorge Huairé Inacio (2019). Método de investigación. <https://www.aacademica.org/edson.jorge.huaire.inacio/35.pdf>

Fassio y Pascual (2017) Metodología de la investigación aplicada. https://www.academia.edu/23168492/Introducci%C3%B3n_a_la_Metodolog%C3%ADa_de_la_Investigaci%C3%B3n_aplicada_al_Saber_Administrativo_Introducci%C3%B3n_a_la_Metodolog%C3%ADa_de_la_Investigaci%C3%B3n_aplicada_al_Saber_Administrativo

Fernández, S. (2017). Análisis de los EEFF y su relación con la rentabilidad en la empresa Aguasistec SAC, en el distrito de San Borja- Lima, periodo 2010-2016 [Tesis pregrado]. Lima: Repositorio Universidad Cesar Vallejo. Obtenido de <https://hdl.handle.net/20.500.12692/8950>

Gallardo, E. (2017). Metodología de la investigación (1 ed.). Huancayo, Perú: Universidad continental. Obtenido de https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/4278/1/DO_UC_EG_MAI_UC0584_2018.pdf

Gonzales y Ramírez (2022). "LOS COSTOS COMERCIALES Y LA RENTABILIDAD EN LAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIAL" <http://repositorio.unac.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12952/6954/TESIS%20-%20ROCIO%20DEL%20PILAR%20GONZALES%20BAQUERO%20Y%20LUIS%20FELIPE%20ALONSO%20RAMIREZ%20SARMIENTO.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Guevara, G., Verdesoto, A., y Castro, N. (2020). Metodologías de investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativas, y de investigación-acción). *Recimundo*, 4 (3), 163-173. 10.26820/recimundo/4.(3).julio.2020.163-173

Guillermo, W. (2022). Precio de venta. *Economipedia*. <https://economipedia.com/definiciones/precio-de-venta.html>

Hernández & Mendoza, (2018) Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativas, cualitativas y mixtas. <https://virtual.cuautitlan.unam.mx/rudics/?p=2612>

Hernández, R., & Mendoza, C. (2018). Metodología de la investigación . México: Mc Graw Hill .

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2018). Metodología de la investigación (6° edición ed.). Ciudad de México: Mc Graw Hill Education

Hurtado, E., Barzola, J. M., & García, E. L. (2018). Contabilización de los costos en las empresas de actividades hoteleras y su impacto en la rentabilidad. Ecuador: Universidad Laica Vicente Rocafuerte De Guayaquil.

doi:<https://www.eumed.net/rev/oel/2018/10/empresas-actividadeshoteleras.html>

Kohler, (2022) Costos comerciales.
<https://es.scribd.com/document/483926704/COSTOS-COMERCIALES>

Ludeña, J. A. (2022). Planificación empresarial. Economipedia. <https://economipedia.com/definiciones/planificacion-empresarial.html#:~:text=La%20planificaci%C3%B3n%20empresarial%20es%20el,como%20en%20el%20largo%20plazo.>

María, M. E. A. (2017). Aplicación de estrategias financieras y su incidencia en la rentabilidad de una pequeña empresa de manufactura en cuero. <https://cybertesis.unmsm.edu.pe/handle/20.500.12672/6633>

Marion, D (2018) H&M y el creciente problema del inventario sin vender. FashionNetwork.com. <https://pe.fashionnetwork.com/news/H-m-y-el-creciente-problema-del-inventario-sin-vender,964021.html>

Marroquín, R. (2017). Confiabilidad y validez de instrumentos de investigación. Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle, Lima. <http://www.une.edu.pe/Titulacion/2013/exposicion/SESSION-4-Confiabilidad%20y%20Validez%20de%20Instrumentos%20de%20investigacion.pdf>

Méndez, y Silva, (2019). Evaluación De Los Costos Y Su Incidencia En La Rentabilidad De La Panadería San José, Nuevo Chimbote - Periodo 2019 [Tesis de Título Profesional, Universidad César Vallejo]. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/38814/Mendez_CFE-Silva_CA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Mendez Calderon, F. E., & Silva Castro, A. (2019). "Evaluacion de los Costos y su Incidencia en la Rentabilidad de la Panaderia San Jose, Nuevo Chimbote - Perido 2019". Chimbote - Peru: Universidad Cesar Vallejo.

Morales, A. B. A. (2022, April 28). ¿Qué es el costo de almacenamiento de inventarios? Instituto Europeo De Asesoría Fiscal. <https://www.ineaf.es/tribuna/que-es-el-costo-de-almacenamiento-en-inventarios/#:~:text=Definimos%20los%20costos%20de%20almacenamiento,pueden%20ser%20fijos%20o%20variables.>

Morillo (2018) Rentabilidad Financiera y Reducción de costos. <https://www.redalyc.org/pdf/257/25700404.pdf>

Narvaez, M. (2023). ¿Qué es la validez y confiabilidad en la investigación? QuestionPro. <https://www.questionpro.com/blog/es/que-es-la-validez-y-confiabilidad-en-la-investigacion/#:~:text=La%20fiabilidad%20test%20Dretest%20se,que%20han%20realizado%20la%20prueba.>

Ñaupas (2018) Metodología de la investigación Cuantitativa - Cualitativa y Redacción de la Tesis. http://www.biblioteca.cij.gob.mx/Archivos/Materiales_de_consulta/Drogas_de_Abuso/Articulos/MetodologiaInvestigacionNaupas.pdf

Olivera, J., & Loza, R. (2021). Efecto de la pandemia de COVID-19 en el comportamiento de la economía del Perú, 2020. *Economía & Negocios*, 3(2), 39– 46. <https://doi.org/https://doi.org/10.33326/27086062.2021.2.1182>

Ortega, C. (2023c, June 26). Tipos de investigación de mercado y sus principales características. QuestionPro. <https://www.questionpro.com/blog/es/tipos-de-investigacion-de-mercado/>

Pérez-León, G. (2022). ¿Qué es y para qué sirve el Alfa de Cronbach? es.linkedin.com. <https://es.linkedin.com/pulse/qu%C3%A9-es-y-para-sirve-el-alfa-de-cronbach-gabriel-p%C3%A9rez-le%C3%B3n->

Ramírez, H. (2023). El proceso de toma de decisiones en una empresa. Grupo Atico34. <https://protecciondatos-lop.com/empresas/proceso-toma-de-decisiones-en-una->

institucional Universidad de Cuenca.
<http://dspace.ucuenca.edu.ec/handle/123456789/35626>

Solis, I. M. (2021). La gestión logística y la rentabilidad de una empresa textil en el distrito de Chorrillos, 2021 [Tesis de Contador público, Universidad Peruana de Las Américas]. Lima – Perú.
<http://repositorio.ulasamericas.edu.pe/handle/upa/1515>.

Torres Contreras (2019) ANÁLISIS DE LA RENTABILIDAD EN LA DISCOTECA TENDIDO TRES CUTERVO – 2018.
[file:///C:/Users/user/Downloads/Torres%20Contreras,%20Ana%20Nelba%200\(2\).pdf](file:///C:/Users/user/Downloads/Torres%20Contreras,%20Ana%20Nelba%200(2).pdf)

Unir, V. (2023, February 1). El análisis del entorno de una empresa y su importancia. UNIR. <https://www.unir.net/marketing-comunicacion/revista/analisis-del-entorno-empresa/>

Useche, Artigas, Quiapo y Perozo (2019) Técnicas e instrumentos de recolección de datos cuali-cuantitativos
<https://repositoryinst.uniguajira.edu.co/bitstream/handle/uniguajira/467/88.%20Tecnicas%20e%20instrumentos%20recolecci%C3%B3n%20de%20datos.pdf?sequence=1>

ANEXOS

ANEXO 1: TABLA DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Costos Comerciales y Rentabilidad Distribuidora Solgas Xiomara SAC, Periodo - 2022

VARIABLES DE ESTUDIO	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
Vx Costos Comerciales	<p>Yardín (2017) Los costos comerciales tienen su aplicación en la actividad de intercambio y su cálculo comienza con la compra o adquisición de los objetivos que genéricamente se denominan mercaderías, hasta el momento que son entregadas al cliente en venta o enajenación.</p>	<p>El análisis de costo es simplemente, el proceso de identificación de los recursos necesarios para llevar a cabo la labor o proyecto del voluntario. El análisis de costo determina la calidad y cantidad de recursos necesarios. Entre otros factores, analiza el costo del proyecto en términos de dinero.</p>	<p>D1. Costos Reales Para Alcántara (2018) los costos reales o también conocidos costos históricos, aquellos costos ya realizados, es decir que se han incurrido en el proceso de producción, en otras palabras, el costo real está formado por todos los gastos que se incurren en la fabricación o prestación de un servicio. Los costos reales son la cantidad total de materiales, mano de obra y costos directamente relacionados que se pueden asignar a un proyecto particular, donde el objetivo es desglosar los costos asociados con el proyecto en detalle y determinar la producción asociada.</p> <p>D2. Costos de Recuperación Alcántara (2018), los costos es un método donde se reconoce un método de entrega-venta no exactamente una forma óptima de registrar las transacciones de</p>	<p>I1.1 Costo de adquisición: Es el valor por el que se registra contablemente dicha compra. Por lo tanto, es fundamental conocer cómo se calcula el precio de adquisición para realizar una valoración correcta de la adquisición. Sánchez, A, D (2018).</p> <p>I1.2 Costo de transporte: Se denomina transporte a un sistema formado por múltiples elementos, siendo tres los fundamentales, la infraestructura el vehículo y la empresa de servicio que viene a construir la actividad previamente dicha. Estos elementos están interrelacionados entre sí, pues ninguno es útil sin que los otros existiesen. Jaical (2011).</p> <p>I1.3 Costo de almacén: Definimos los costos de almacenamiento como aquellos que se causan al resguardar el stock de mercadería en un determinado espacio. También el nombre de mantenimiento, posesión del stock o costos de tenencia. Los costos de almacenamiento pueden ser fijo o variable. Morales (2022).</p> <p>I2.1 Precio de venta bruta: El precio de venta es aquel importe que debe desembolsar el consumidor al vendedor para poder adquirir un determinado bien, ya</p>	<p style="text-align: center;">Escala de Likert</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Nunca 2. Casi nunca 3. A veces 4. Casi siempre 5. Siempre

ventas, y el método de recuperación de costos. Si una empresa no era razonablemente asegurada de recuperar el costo de los bienes vendidos en caso de incumplimiento del comprador en el acuerdo de financiación de venta se registra utilizando el método de recuperación de costos.

sea tangible o intangible. Guillermo, w (2021).

12.2 Descuento de clientes: Es una reducción excepcional del precio de venta por parte del vendedor al comprador. Esta reducción del precio de venta reducirse por diversos motivos, aunque el principal es el de estimular la venta de un cierto producto. Alejandro, D, S (2020).

12.3 Precio de venta neta: Las ventas netas es un elemento fundamental en la contabilidad que representa la suma de todas las ventas realizadas por una empresa de un bien o servicio, ya sea en efectivo o a crédito, descontadas las devoluciones, bonificaciones o reducciones por rebajas comerciales. Roberto, V, B (2020).

D3. Control de costos

Asana, T (2022), implica identificar y reducir gastos para aumentar las ganancias de la empresa. Este proceso se puede realizar en un proyecto o en toda la empresa.

13.1 Planificar: La planificación empresarial es el proceso por el cual las empresas establecen sus objetivos a corto y a largo plazo. Una buena planificación es el éxito en una compañía. Ludeña, J, A (2022).

13.3 Analizar: Al analizar el entorno empresarial es una herramienta especialmente útil a la hora de elaborar cualquier estrategia de marketing, ya que ayuda establecer cuál es la posibilidad del crecimiento real de esta mediante el estudio de toda una serie de factores que influyen en ella. Unir, V (2023).

13.3 Decisiones: Es el proceso por el se escoge una opción entre varias posibles a la hora de afrontar un problema y solucionar para determinar cómo se lleva a cabo determinadas acciones que afectaran a la empresa. Ramírez, H (2023).

Ramírez (2022) indica que son los beneficios obtenidos producto de una inversión, es decir, cuando los ingresos son superiores a los gastos, cuya importancia radica en conocer si un negocio es rentable o no

Es un beneficio que se obtiene o se puede obtener una inversión.

D4. Rentabilidad económica

Rodríguez (2019), comenta que la rentabilidad económica es el beneficio que obtiene una empresa de la inversión realizadas. Para la evaluación se utilizan los estados financieros de la empresa. Los obtenemos dividiendo la utilidad neta entre los activos totales de la empresa, para establecer la efectividad total de la administración y producir utilidades sobre los activos totales disponibles. Es una medida de la rentabilidad del negocio como proyecto independiente de los accionistas.

14.1 Utilidad neta/Activo totales:

$$ROA = \frac{UTILIDAD NETA}{ACTIVO TOTAL}$$

D5. Ventas

Sandoval (2022) El margen utilidad es un elemento o concepto muy utilizado, pero pocas personas conocen en realidad su definición. Es importante porque existen muchos beneficios de un correcto de ganancia que vamos a tener por cada unidad del producto o servicio vendidos. Esta razón lo obtenemos dividiendo la utilidad neta el patrimonio neto de la empresa. Mide la rentabilidad de los fondos aportados por el inversionista.

15.1 Utilidades netas/ventas:

$$\text{Margen de Utilidad} = \frac{\text{Utilidad Neta después de Impuestos}}{\text{Ventas}}$$

Escala de Likert

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

D6. Rentabilidad financiera:

Antón (2017) “Este análisis ya implica el resultado que se genere luego de los intereses, por ello se calcula en relación con los fondos propios de la empresa y el beneficio neto que se obtuvo antes de impuestos, para luego ser expresado en porcentaje. Así mismo es importante señalar que la relación que existe entre la rentabilidad económica y financiera en una empresa es lo que se conoce como apalancamiento financiero”.

15.3 Utilidades netas/Patrimonio neto:

$$ROE = \frac{UTILIDAD NETA}{PATRIMONIO}$$

ANEXO 2: INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

CUESTIONARIO

Mediante el presente cuestionario, me presento ante Usted, a fin de que dé respuesta a las preguntas formuladas, esta información relevante servirá para el desarrollo de la tesis titulada: Costos Comerciales y Rentabilidad Distribuidora Solgas Xiomara SAC, Nuevo Chimbote - 2022, el que permitirá medir las variables de estudio y probar la hipótesis, por tal propósito acudo a Ud. Para que a pelando a su buen criterio de respuestas con toda honestidad; quedando agradecida (o) por su intervención.

Instrucciones: Por favor, lea cuidadosamente cada una de las preguntas, y marca una sola respuesta que considere la correcta

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

Consentimiento Informado

Acepto participar voluntariamente en esta investigación, conducida por: Renzo Sabino Estrada Santos

He sido informado (a) de que la meta de este estudio es desarrollar un trabajo de investigación

Me han indicado también que tendré que responder las preguntas del cuestionario, lo cual tomará aproximadamente 15 minutos. Reconozco que la información que yo provea en el trabajo de esta investigación es estrictamente confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de este estudio sin mi consentimiento. He sido informado de que puedo hacer preguntas sobre el proyecto en cualquier momento y que puedo retirarme del mismo cuando así lo decida, sin que esto acarree perjuicio alguno para mi persona.

Entiendo que una copia de esta ficha de consentimiento me será entregada, y que puedo pedir información sobre los resultados de este estudio cuando éste haya concluido.

Título del cuestionario: Costos Comerciales

PREGUNTAS	NUNCA	CASI NUNCA	A VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
Dimensión: Costos Reales					
1. ¿Conocen que es el costo de adquisición para el cliente?					
2. ¿Sabe la importancia de calcular el costo de adquisición?					
3. ¿Conoce cuáles son los elementos del costo de transporte?					
4. ¿Escucho sobre la importancia y su objetivo en el costo de transporte?					
5. ¿Identificaría rápidamente cuáles son los factores que influye los costos de almacén?					
Dimensión: Costos de Recuperación					
6. ¿Cree influye en la venta bruta positivamente?					
7. ¿Cree influye en la venta bruta positivamente?					

PREGUNTAS	NUNCA	CASI NUNCA	A VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
8. ¿El descuento de cliente es un factor importante para la empresa?					
9. ¿Sería necesario usar tipos de descuentos para el cliente en su negocio?					
10. ¿Es importante hacer seguimiento a las ventas netas?					
Dimensión: Costo de Control					
11. ¿Conoce la planificación de costos de control y para qué sirve?					
12. ¿Usted sabe la importancia de la planificación para la empresa?					
13. ¿Cree que se daría beneficio sobre el control de costos y analizarlo?					
14. ¿Cree que se daría beneficio sobre el control de costos y analizarlo?					
15. ¿Usted utilizo la toma de decisiones en el costo de control?					

**FICHA TÉCNICA DEL CUESTIONARIO
PARA COSTOS COMERCIALES**

CARACTERÍSTICAS DEL CUESTIONARIO	
1) Nombre del instrumento	Cuestionario para la evaluación de los Costos Comerciales
2) Autor Procedencia:	Mejía Mendoza Alexander José
3) N° de ítems	15
4) Administración	Individual
5) Duración	15 minutos
6) Población	4 colaboradores de la empresa Solgas Xiomara
7) Finalidad	Determinar los niveles de los Costos Comerciales
8) Materiales	Formulario
9) Codificación:	<i>Este cuestionario evalúa dos dimensiones: I. Costos Reales con 05 ítems (1, 2, 3, 4, 5) II. Costos de Recuperación con 05 ítems (6, 7, 8, 9 y 10) y III. Costo de Control con 05 ítems (11, 12, 13, 14 y 15). Para obtener la puntuación en cada dimensión, se suman las puntuaciones en los ítems correspondientes y para obtener la puntuación total se suman los subtotales de cada dimensión para posteriormente hallar el promedio de las 2 dimensiones.</i>
10) Propiedades psicométricas:	Confiabilidad: La confiabilidad del instrumento (cuestionario) con que se midió la variable Costos Comerciales en la empresa Solgas Xiomara SAC, que determina la veracidad de los ítems; es decir, descubrir si los ítems tienen errores, de tal forma se utilizó el Alfa de Cronbach. Se realizó una prueba piloto ante una muestra similares a la del estudio, obtuvo un coeficiente de confiabilidad de $r = 0.53$ lo que permite deducir que el instrumento a utilizar es confiable moderadamente.
11) Observaciones:	Las puntuaciones obtenidas con la aplicación del instrumento se agruparon en niveles o escalas de: Muy Bajo (57-59); Bajo (60-62), Medio (63-65); Alto (66-68) y Muy Alto (69-70). Estos valores se tendrán en cuenta para ubicar a los colaboradores para efectos del análisis de resultados.

Reporte de la validación de contenido a nivel de expertos Guía de entrevista sobre el análisis de costos comerciales

Del análisis de consolidación de la coeficiencia de validez de contenido a través de la V de Aiken e 3 expertos consultados sobre los ítems propuestos sobre la “Guía de entrevista sobre Costos comerciales” no sugiere corrección o eliminación de ítems alguno, por ser >0.80 y ≤ 1.00 (0.99). Por lo que se considera que la “Guía de entrevista sobre Análisis de Costos Comerciales” posee una fuerte validez de contenido.

Dimensión	Ítems	Criterios	Expertos			Total (S)	V. Aiken	Validez por ítems
			0	1	2			
Costos reales o acumulaciones	item1	Pertinencia	1	1	1	3	1	Validez fuerte
		Relevancia	1	1	1	3	1	Validez fuerte
		Claridad	1	1	1	3	1	Validez fuerte
	item2	Pertinencia	1	1	1	3	1	Validez fuerte
		Relevancia	1	1	1	3	1	Validez fuerte
		Calidad	1	1	1	3	1	Validez fuerte
	item3	Pertinencia	1	1	1	3	1	Validez fuerte
		Relevancia	1	1	1	3	1	Validez fuerte
		Claridad	1	1	1	3	1	Validez fuerte
	item4	Pertinencia	1	1	1	3	1	Validez fuerte
		Relevancia	1	1	1	3	1	Validez fuerte
		Claridad	1	1	1	3	1	Validez fuerte
	item5	Pertinencia	1	1	1	3	1	Validez fuerte

		Relevancia	1	1	1	3	1	Validez fuerte
		Calidad	1	1	1	3	1	Validez fuerte
Costo de recuperación	item6	Pertinencia	1	1	1	3	1	Validez fuerte
		Relevancia	1	1	1	3	1	Validez fuerte
		Claridad	1	1	1	3	1	Validez fuerte
	item7	Pertinencia	1	1	1	3	1	Validez fuerte
		Relevancia	1	1	1	3	1	Validez fuerte
		Claridad	1	1	1	3	1	Validez fuerte
	item8	Pertinencia	1	1	1	3	1	Validez fuerte
		Relevancia	1	1	1	3	1	Validez fuerte
		Claridad	1	1	1	3	1	Validez fuerte
	item9	Pertinencia	1	1	1	3	1	Validez fuerte
		Relevancia	1	1	1	3	1	Validez fuerte
		Claridad	1	1	1	3	1	Validez fuerte
item10	Pertinencia	1	1	1	3	1	Validez fuerte	
	Relevancia	1	1	1	3	1	Validez fuerte	
	Claridad	1	1	1	3	1	Validez fuerte	
Costo de control	item11	Pertinencia	1	1	1	3	1	Validez fuerte
		Relevancia	1	1	1	3	1	Validez fuerte
		Claridad	1	1	1	3	1	Validez fuerte
	item12	Pertinencia	1	1	1	3	1	Validez fuerte

		Relevancia	1	1	1	3	1	Validez fuerte	
		Claridad	1	1	1	3	1	Validez fuerte	
	item13	Pertinencia	1	1	1	3	1	Validez fuerte	
		Relevancia	1	1	1	3	1	Validez fuerte	
		Claridad	1	1	1	3	1	Validez fuerte	
	item14	Pertinencia	1	1	1	3	1	Validez fuerte	
		Relevancia	1	1	1	3	1	Validez fuerte	
		Claridad	1	1	1	3	1	Validez fuerte	
	item15	Pertinencia	1	1	1	3	1	Validez fuerte	
		Relevancia	1	1	1	3	1	Validez fuerte	
		Claridad	1	1	1	3	1	Validez fuerte	
	Total							1	Validez fuerte

ANEXO: INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

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

CUESTIONARIO

Mediante el presente cuestionario, me presento ante Usted, a fin de que dé respuesta a las preguntas formuladas, esta información relevante servirá para el desarrollo de la tesis titulada: Costos Comerciales y Rentabilidad Distribuidora Solgas Xiomara SAC, Nuevo Chimbote – 2022, el que permitirá medir las variables de estudio y probar la hipótesis, por tal propósito acudo a Ud. Para que a pelando a su buen criterio de respuestas con toda honestidad; quedando agradecida (o) por su intervención.

Instrucciones: Por favor, lea cuidadosamente cada una de las preguntas, y marca una sola respuesta que considere la correcta

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

Consentimiento Informado

Acepto participar voluntariamente en esta investigación, conducida por: Renzo Sabino Estrada Santos

He sido informado (a) de que la meta de este estudio es desarrollar un trabajo de investigación

Me han indicado también que tendré que responder las preguntas del cuestionario, lo cual tomará aproximadamente 10 minutos. Reconozco que la información que yo provea en el trabajo de esta investigación es estrictamente confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de este estudio sin mi consentimiento. He sido informado de que puedo hacer preguntas sobre el proyecto en cualquier momento y que puedo retirarme del mismo cuando así lo decida, sin que esto acarree perjuicio alguno para mi persona.

Entiendo que una copia de esta ficha de consentimiento me será entregada, y que puedo pedir información sobre los resultados de este estudio cuando éste haya concluido.

Título del cuestionario: Rentabilidad

PREGUNTAS	NUNCA	CASI NUNCA	A VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
Dimensión: Rentabilidad Económica					
1. ¿Llego a escuchar que es la rentabilidad económica y para qué sirve?					
2. ¿La rentabilidad económica da beneficios?					
3. ¿Conoce las principales razones para un análisis económico?					
4. ¿Sabe o tiene conocimiento lo que cuesta comprar los productos de bienes o servicio que se llega a vender?					
5. ¿Sabe o tiene conocimiento lo que cuesta comprar los productos de bienes o servicio que se llega a vender?					
Dimensión: Ventas					
6. ¿Usted cree que al tomar decisiones del gerente afecte a las ventas?					



PREGUNTAS	NUNCA	CASI NUNCA	A VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
7. ¿El área de las ventas tiene relación directa con las demás áreas de la empresa?					
8. ¿Las ventas son fundamentales?					
9. ¿Llego a escuchar las molestias de los clientes al querer vender un producto?					
10. ¿Crees que al tener competencia afectaría demasiado a las ventas del producto?					
Dimensión: Rentabilidad Financiera					
11. ¿Cree que sirva la Rentabilidad Financiera para la empresa y cree que daría beneficios?					
12. ¿Usted cree que gracias a la Rentabilidad Financiera daría con certeza la viabilidad de la inversión de la empresa?					
13. ¿Conoce que acciones puede aumentar la Rentabilidad Financiera?					
14. ¿Cree que EBITDA está relacionado con rentabilidad financiera?					
15. ¿La amortización es la pérdida de valor de activos fijos?					



FICHA TÉCNICA DEL CUESTIONARIO

RENTABILIDAD

CARACTERÍSTICAS DEL CUESTIONARIO	
12) Nombre del instrumento	Cuestionario para la evaluación de los Costos Comerciales
13) Autor Procedencia:	Mejía Mendoza Alexander José
14) N° de ítems	15
15) Administración	Individual
16) Duración	15 minutos
17) Población	4 colaboradores de la empresa Solgas Xiomara
18) Finalidad	Determinar los niveles de los Costos Comerciales
19) Materiales	Formulario
20) Codificación: <i>Este cuestionario evalúa dos dimensiones:</i> I. Rentabilidad Económica con 05 ítems (1, 2, 3, 4, 5) II. Ventas con 05 ítems (6, 7, 8, 9 y 10) y III. Rentabilidad Financiera con 05 ítems (11, 12, 13, 14 y 15). Para obtener la puntuación en cada dimensión, se suman las puntuaciones en los ítems correspondientes y para obtener la puntuación total se suman los subtotales de cada dimensión para posteriormente hallar el promedio de las 2 dimensiones.	
21) Propiedades psicométricas: Confiabilidad: La confiabilidad del instrumento (cuestionario) con que se midió la variable Rentabilidad en la empresa Solgas Xiomara SAC, que determina la veracidad de los ítems; es decir, descubrir si los ítems tienen errores, de tal forma se utilizó el Alfa de Cronbach. Se realizó una prueba piloto ante una muestra similares a la del estudio, obtuvo un coeficiente de confiabilidad de $r = 0.53$ lo que permite deducir que el instrumento a utilizar es confiable moderadamente.	
22) Observaciones: Las puntuaciones obtenidas con la aplicación del instrumento se agruparon en niveles o escalas de: Muy Bajo (58-59); Bajo (60-61), Medio (62-63); Alto (64-65) y Muy Alto (66-67). Estos valores se tendrán en cuenta para ubicar a los colaboradores para efectos del análisis de resultados.	

Reporte de la validación de contenido a nivel de expertos Guía de entrevista sobre el análisis de costos comerciales

Del análisis de consolidación de la coeficiencia de validez de contenido a través de la V de Aiken e 3 expertos consultados sobre los ítems propuestos sobre la “Guía de entrevista sobre Costos comerciales” no sugiere corrección o eliminación de ítems alguno, por ser >0.80 y ≤ 1.00 (0.99). Por lo que se considera que la “Guía de entrevista sobre Análisis de Costos Comerciales” posee una fuerte validez de contenido.

Dimensión	Ítems	Criterios	Expertos			Total (S)	V. Aiken	Validez por ítems
			0	1	2			
Rentabilidad Económica	item1	Pertinencia	1	1	1	3	1	Validez fuerte
		Relevancia	1	1	1	3	1	Validez fuerte
		Claridad	1	1	1	3	1	Validez fuerte
	item2	Pertinencia	1	1	1	3	1	Validez fuerte
		Relevancia	1	1	1	3	1	Validez fuerte
		Calidad	1	1	1	3	1	Validez fuerte
	item3	Pertinencia	1	1	1	3	1	Validez fuerte
		Relevancia	1	1	1	3	1	Validez fuerte
		Claridad	1	1	1	3	1	Validez fuerte
	item4	Pertinencia	1	1	1	3	1	Validez fuerte
		Relevancia	1	1	1	3	1	Validez fuerte
		Claridad	1	1	1	3	1	Validez fuerte
	item5	Pertinencia	1	1	1	3	1	Validez fuerte
		Relevancia	1	1	1	3	1	Validez fuerte
		Calidad	1	1	1	3	1	Validez fuerte
Ventas	item6	Pertinencia	1	1	1	3	1	Validez fuerte



		Relevancia	1	1	1	3	1	Validez fuerte
		Claridad	1	1	1	3	1	Validez fuerte
		Pertinencia	1	1	1	3	1	Validez fuerte
	item7	Relevancia	1	1	1	3	1	Validez fuerte
		Claridad	1	1	1	3	1	Validez fuerte
		Pertinencia	1	1	1	3	1	Validez fuerte
	item8	Relevancia	1	1	1	3	1	Validez fuerte
		Claridad	1	1	1	3	1	Validez fuerte
		Pertinencia	1	1	1	3	1	Validez fuerte
	item9	Relevancia	1	1	1	3	1	Validez fuerte
		Claridad	1	1	1	3	1	Validez fuerte
		Pertinencia	1	1	1	3	1	Validez fuerte
	item10	Relevancia	1	1	1	3	1	Validez fuerte
		Claridad	1	1	1	3	1	Validez fuerte
		Pertinencia	1	1	1	3	1	Validez fuerte
Rentabilidad Financiera	item11	Relevancia	1	1	1	3	1	Validez fuerte
		Claridad	1	1	1	3	1	Validez fuerte
		Pertinencia	1	1	1	3	1	Validez fuerte
	item12	Relevancia	1	1	1	3	1	Validez fuerte
		Claridad	1	1	1	3	1	Validez fuerte
		Pertinencia	1	1	1	3	1	Validez fuerte
	item13	Relevancia	1	1	1	3	1	Validez fuerte
		Claridad	1	1	1	3	1	Validez fuerte
		Pertinencia	1	1	1	3	1	Validez fuerte



	item14	Pertinencia	1	1	1	3	1	Validez fuerte
		Relevancia	1	1	1	3	1	Validez fuerte
		Claridad	1	1	1	3	1	Validez fuerte
	item15	Pertinencia	1	1	1	3	1	Validez fuerte
		Relevancia	1	1	1	3	1	Validez fuerte
		Claridad	1	1	1	3	1	Validez fuerte
Total							1	Validez fuerte

ANEXO 3 EVALUACION DE JUICIO DE EXPERTOS

Anexo 2: Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento “Costos Comerciales y Rentabilidad en la distribuidora de gas doméstico Xiomara S.A.C, Nuevo Chimbote – 2022”. La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al quehacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

1. Datos generales del juez

Nombres y Apellidos del juez:	Ríos Olga Espinoza		
Grado profesional:	Maestría (<input checked="" type="checkbox"/>)	Doctor	(<input type="checkbox"/>)
Área de formación académica:	Clínica (<input type="checkbox"/>)	Social	(<input type="checkbox"/>)
	Educativa (<input type="checkbox"/>)	Organizacional	(<input checked="" type="checkbox"/>)
Áreas de experiencia profesional:	Docente de la Escuela Profesional de Contabilidad		
Institución donde labora:	Universidad César Vallejo		
Tiempo de experiencia profesional el área:	2 a 4 años	(<input type="checkbox"/>)	
	Más de 5 años	(<input checked="" type="checkbox"/>)	

2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

3. Datos de la escala: (Colocar nombre de la escala, cuestionario o inventario)

Nombre de la Prueba:	Cuestionario en escala ordinal
Autor(es):	Alexander José Mejía Mendoza
Procedencia:	Del autor, adaptada o validada por otros autores
Administración:	Virtual
Tiempo de aplicación:	15 minutos
Ámbito de aplicación:	Dentro de la misma institución
Significación:	<p>Está compuesta por dos variables:</p> <ul style="list-style-type: none"> - La primera variable contiene 3 dimensiones, de 9 indicadores y 15 ítems en total. El objetivo es medir la relación de variables. - La segunda variable contiene 3 dimensiones, de 3 indicadores y 15 ítems en total. El objetivo es medir la relación de variables.



4. **Soporte teórico**

- **Variable 1: Costos Comerciales**
Ricardo, U, M (2021), Son utilizados por personas que se especializan en el marketing, es decir, para comprar y vender productos sin ninguna transformación física, sin el proceso de información del producto.
- **Variable 2: Rentabilidad**
Solís (2021), Se define que la rentabilidad tiene que haber generado buenas ganancias cuanto más ingresar, ventas hay más rentabilidad con buenos beneficios.



Variable	Dimensiones	Definición
Costos Comerciales	Costos Reales	Costos reales son aquellos costos en los que se ha incurrido, es decir que surgen durante el proceso productivo, esto incluye todos los costos incurridos generados durante la producción. El costo real es la cantidad total de materiales, que se pueden asignar a un proyecto específico; el objetivo es detallar los costos asociados con el proyecto y determinar los resultados relacionados.
	Costo de Recuperación	Los costos es un método donde se debe recuperar en forma óptima y registrar las transacciones de ventas. Si una empresa no está segura de recuperar los costos de los bienes vendidos, debe registrar su costo de los bienes vendidos utilizando el método de recuperar de costos financieros.
	Control de Costos	Se debe verificar y reducir los gastos para que la empresa tenga ganancia.
Rentabilidad	Rentabilidad Económica	Observemos que la rentabilidad económica da el beneficio que da a una empresa de una inversión realizada.
	Ventas	Es un elemento o concepto muy utilizado, pero pocas personas conocen en realidad su definición. Es importante porque existen muchos beneficios de un correcto de los beneficios exacto que obtendremos por cada unidad de producto o servicio vendido. Los dividendos se calculan de los ingresos netos por los activos netos de la empresa. Mide el rendimiento del capital aportado por los inversores.
	Rentabilidad Financiera	El análisis tiene que ver con los resultados que generan después de interese, porque se calcula en relación al patrimonio de la empresa y beneficio neto obtenido antes de impuestos y se expresan en porcentajes. Asimismo, es importante señalar que la relación que existe entre las ganancias económica y financiera de una empresa se conoce como apalancamiento.



5. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presento el cuestionario “Costos Comerciales y Rentabilidad en la distribuidora de gas doméstico Xiomara S.A.C, Nuevo Chimbote – 2022”, elaborado por Mejía Mendoza Alexander José en el año 2023 De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.



<p>COHERENCIA</p> <p>El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.</p>	1. Totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
<p>RELEVANCIA</p> <p>El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.</p>	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente

1. No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel

Variable del instrumento: Costos Comerciales

- Primera dimensión: Costos Reales

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Costo de Adquisición	¿Conocen que es el costo de adquisición para el cliente?	4	4	4	
	¿Sabe la importancia de calcular el costo de adquisición?	4	4	4	
Costo de Control	¿Conoce cuáles son los elementos del costo de transporte?	4	4	4	
	¿Escucho sobre la importancia y su objetivo en el costo de transporte?	4	4	4	
Costo de almacén	¿Identificaría rápidamente cuáles son los factores que influye los costos de almacén?	4	4	4	

- Segunda dimensión: Costo de Recuperación

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Precio de venta bruta	¿Cree influye en la venta bruta positivamente?	4	4	4	
	¿Cree influye en la venta bruta positivamente?	4	4	4	
Descuento de clientes	¿El descuento de cliente es un factor importante para la empresa?	4	4	4	
	¿Sería necesario usar tipos de descuentos para el cliente en su...	4	4	4	
Precio de venta neta	¿Es importante hacer seguimiento a las ventas netas?	4	4	4	

- Tercera dimensión: Costo de Control

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Planificar	¿Conoce la planificación de costos de control y para qué sirve?	4	4	4	
	¿Usted sabe la importancia de la planificación para la empresa?	4	4	4	
Analizar	¿Cree que se daría beneficio sobre el control de costos y analizarlo?	4	4	4	
	¿Cree que se daría beneficio sobre el control de costos y analizarlo?	4	4	4	
Decisiones	¿Usted utilizo la toma de decisiones en el costo de control?	4	4	4	

Variable del instrumento: Rentabilidad

- Primera dimensión: Rentabilidad Económica

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
-------------	------	----------	------------	------------	---------------

Utilidad neta/activo totales	¿Llego a escuchar que es la rentabilidad económica y para qué sirve?	4	4	4	
	¿La rentabilidad económica da beneficios?	4	4	4	
	¿Conoce las principales razones para un análisis económico?	4	4	4	
	¿Sabe o tiene conocimiento lo que cuesta comprar los productos de bienes o servicio que se llega a vender?	4	4	4	
	¿Sabe o tiene conocimiento lo que cuesta comprar los productos de bienes o servicio que se llega a vender?	4	4	4	

- Segunda dimensión: Ventas

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Utilidades netas/ventas:	¿Usted cree que al tomar decisiones del gerente afecta a las ventas?	4	4	4	
	¿El área de las ventas tiene relación directa con las demás áreas de la empresa?	4	4	4	
	¿Las ventas son fundamentales?	4	4	4	
	¿Llego a escuchar las molestias de los clientes al querer vender un producto?	4	4	4	
	¿Crees que al tener competencia afectaría demasiado a las ventas del producto?	4	4	4	

- Segunda dimensión: Rentabilidad Financiera

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Utilidades netas/Patrimonio neto:	¿Cree que sirva la Rentabilidad Financiera para la empresa y cree que daría beneficios?	4	4	4	
	¿Usted cree que gracias a la Rentabilidad Financiera daría con certeza la viabilidad de la inversión de la empresa?	4	4	4	
	¿Conoce que acciones puede aumentar la Rentabilidad Financiera?	4	4	4	
	¿Cree que EBITDA está relacionado con rentabilidad financiera?	4	4	4	
	¿La amortización es la pérdida de valor de activos fijos?	4	4	4	



C.P.C. Olga Ríos Espinoza
NAT 072028

(Magister, Ríos Olga Espinoza)

DNI N° 32960157

Pd.: el presente formato debe tomar en cuenta:

Williams y Webb (1994) así como Powell (2003), mencionan que no existe un consenso respecto al número de expertos a emplear. Por otra parte, el número de jueces que se debe emplear en un juicio depende del nivel de experticia y de la diversidad del conocimiento. Así, mientras Gable y Wolf (1993), Grant y Davis (1997), y Lynn (1986) (citados en McGartland et al. 2003) sugieren un rango de **2** hasta **20 expertos**, Hyrkäs et al. (2003) manifiestan que **10 expertos** brindarán una estimación confiable de la validez de contenido de un instrumento (cantidad mínimamente recomendable para construcciones de nuevos instrumentos). Si un 80 % de los expertos han estado de acuerdo con la validez de un ítem éste puede ser incorporado al instrumento (Voutilainen & Liukkonen, 1995, citados en Hyrkäs et al. (2003).

Ver : <https://www.revistaespacios.com/cited2017/cited2017-23.pdf> entre otra bibliografía.



Anexo 2: Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento “Costos Comerciales y Rentabilidad en la distribuidora de gas doméstico Xiomara S.A.C, Nuevo Chimbote – 2022”. La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al quehacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

1. Datos generales del juez

Nombres y Apellidos del juez:	Goicochea Maqui Armando	
Grado profesional:	Maestría (<input checked="" type="checkbox"/>)	Doctor ()
Área de formación académica:	Clínica ()	Social ()
	Educativa ()	Organizacional (<input checked="" type="checkbox"/>)
Áreas de experiencia profesional:	Docente de la Escuela Profesional de Contabilidad	
Institución donde labora:	Universidad César Vallejo	
Tiempo de experiencia profesional el área:	2 a 4 años ()	
	Más de 5 años (<input checked="" type="checkbox"/>)	



2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

3. Datos de la escala: (Colocar nombre de la escala, cuestionario o inventario)

Nombre de la Prueba:	Cuestionario en escala ordinal
Autor(es):	Alexander José Mejía Mendoza
Procedencia:	Del autor, adaptada o validada por otros autores
Administración:	Virtual
Tiempo de aplicación:	15 minutos
Ámbito de aplicación:	Dentro de la misma institución
Significación:	Está compuesta por dos variables: <ul style="list-style-type: none"> - La primera variable contiene 3 dimensiones, de 9 indicadores y 15 ítems en total. El objetivo es medir la relación de variables. - La segunda variable contiene 3 dimensiones, de 3 indicadores y 15 ítems en total. El objetivo es medir la relación de variables.

4. Soporte teórico



- **Variable 1: Costos Comerciales**
Ricardo, U, M (2021), Son utilizados por personas que se especializan en el marketing, es decir, para comprar y vender productos sin ninguna transformación física, sin el proceso de información del producto.
- **Variable 2: Rentabilidad**
Solís (2021), Se define que la rentabilidad tiene que haber generado buenas ganancias cuanto más ingresar, ventas hay más rentabilidad con buenos beneficios.



Variable	Dimensiones	Definición
Costos Comerciales	Costos Reales	Costos reales son aquellos costos en los que se ha incurrido, es decir que surgen durante el proceso productivo, esto incluye todos los costos incurridos generados durante la producción. El costo real es la cantidad total de materiales, que se pueden asignar a un proyecto específico; el objetivo es detallar los costos asociados con el proyecto y determinar los resultados relacionados.
	Costo de Recuperación	Los costos es un método donde se debe recuperar en forma óptima y registrar las transacciones de ventas. Si una empresa no está segura de recuperar los costos de los bienes vendidos, debe registrar su costo de los bienes vendidos utilizando el método de recuperar de costos financieros.
	Control de Costos	Se debe verificar y reducir los gastos para que la empresa tenga ganancia.
Rentabilidad	Rentabilidad Económica	Observemos que la rentabilidad económica da el beneficio que da a una empresa de una inversión realizada.
	Ventas	Es un elemento o concepto muy utilizado, pero pocas personas conocen en realidad su definición. Es importante porque existen muchos beneficios de un correcto de los beneficios exacto que obtendremos por cada unidad de producto o servicio vendido. Los dividendos se calculan de los ingresos netos por los activos netos de la empresa. Mide el rendimiento del capital aportado por los inversores.
	Rentabilidad Financiera	El análisis tiene que ver con los resultados que generan después de interese, porque se calcula en relación al patrimonio de la empresa y beneficio neto obtenido antes de impuestos y se expresan en porcentajes. Asimismo, es importante señalar que la relación que existe entre las ganancias económica y financiera de una empresa se conoce como apalancamiento.



5. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presento el cuestionario “Costos Comerciales y Rentabilidad en la distribuidora de gas doméstico Xiomara S.A.C, Nuevo Chimbote – 2022”, elaborado por Mejía Mendoza Alexander José en el año 2023 De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.



<p>COHERENCIA</p> <p>El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.</p>	1. Totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
<p>RELEVANCIA</p> <p>El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.</p>	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente

5. No cumple con el criterio
6. Bajo Nivel
7. Moderado nivel
8. Alto nivel

Variable del instrumento: Costos Comerciales

- Primera dimensión: Costos Reales

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Costo de Adquisición	¿Conocen que es el costo de adquisición para el cliente?	4	4	4	
	¿Sabe la importancia de calcular el costo de adquisición?	4	4	4	
Costo de Control	¿Conoce cuáles son los elementos del costo de transporte?	4	4	4	
	¿Escucho sobre la importancia y su objetivo en el costo de transporte?	4	4	4	
Costo de almacén	¿Identificaría rápidamente cuáles son los factores que influye los costos de almacén?	3	3	3	

- Segunda dimensión: Costo de Recuperación

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Precio de venta bruta	¿Cree influye en la venta bruta positivamente?	4	3	4	
	¿Cree influye en la venta bruta positivamente?	4	4	4	
Descuento de clientes	¿El descuento de cliente es un factor importante para la empresa?	3	4	4	
	¿Sería necesario usar tipos de descuentos para el cliente en su	4	4	4	
Precio de venta neta	¿Es importante hacer seguimiento a las ventas netas?	4	4	4	

- Tercera dimensión: Costo de Control

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Planificar	¿Conoce la planificación de costos de control y para qué sirve?	4	4	4	
	¿Usted sabe la importancia de la planificación para la empresa?	4	4	4	
Analizar	¿Cree que se daría beneficio sobre el control de costos y analizarlo?	4	4	4	
	¿Cree que se daría beneficio sobre el control de costos y analizarlo?	4	4	4	
Decisiones	¿Usted utilizo la toma de decisiones en el costo de control?	4	4	4	

Variable del instrumento: Rentabilidad

- Primera dimensión: Rentabilidad Económica

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
-------------	------	----------	------------	------------	---------------



Utilidad neta/activo totales	¿Llego a escuchar que es la rentabilidad económica y para qué sirve?	4	4	4	
	¿La rentabilidad económica da beneficios?	3	4	4	
	¿Conoce las principales razones para un análisis económico?	4	4	4	
	¿Sabe o tiene conocimiento lo que cuesta comprar los productos de bienes o servicio que se llega a vender?	4	4	4	
	¿Sabe o tiene conocimiento lo que cuesta comprar los productos de bienes o servicio que se llega a vender?	4	4	4	

- Segunda dimensión: Ventas

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Utilidades netas/ventas:	¿Usted cree que al tomar decisiones del gerente afecta a las ventas?	4	4	4	
	¿El área de las ventas tiene relación directa con las demás áreas de la empresa?	3	4	4	
	¿Las ventas son fundamentales?	4	4	3	
	¿Llego a escuchar las molestias de los clientes al querer vender un producto?	4	4	3	
	¿Crees que al tener competencia afectaría demasiado a las ventas del producto?	4	4	4	

- Segunda dimensión: Rentabilidad Financiera

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Utilidades netas/Patrimonio neto:	¿Cree que sirva la Rentabilidad Financiera para la empresa y cree que daría beneficios?	4	4	3	
	¿Usted cree que gracias a la Rentabilidad Financiera daría con certeza la viabilidad de la inversión de la empresa?	4	4	3	
	¿Conoce que acciones puede aumentar la Rentabilidad Financiera?	4	4	4	
	¿Cree que EBITDA está relacionado con rentabilidad financiera?	4	4	4	
	¿La amortización es la pérdida de valor de activos fijos?	4	4	4	

CPC Armando J. Goicochea Maqui
MATRICULA 062047

(Magister, Goicochea Maqui Armando)

DNI N° 45978791

Pd.: el presente formato debe tomar en cuenta:

Williams y Webb (1994) así como Powell (2003), mencionan que no existe un consenso respecto al número de expertos a emplear. Por otra parte, el número de jueces que se debe emplear en un juicio depende del nivel de experticia y de la diversidad del conocimiento. Así, mientras Gable y Wolf (1993), Grant y Davis (1997), y Lynn (1986) (citados en McGartland et al. 2003) sugieren un rango de **2** hasta **20 expertos**, Hyrkäs et al. (2003) manifiestan que **10 expertos** brindarán una estimación confiable de la validez de contenido de un instrumento (cantidad mínimamente recomendable para construcciones de nuevos instrumentos). Si un 80 % de los expertos han estado de acuerdo con la validez de un ítem éste puede ser incorporado al instrumento (Voutilainen & Liukkonen, 1995, citados en Hyrkäs et al. (2003).

Ver : <https://www.revistaespacios.com/cited2017/cited2017-23.pdf> entre otra bibliografía.

Anexo 2: Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento “Costos Comerciales y Rentabilidad en la distribuidora de gas doméstico Xiomara S.A.C, Nuevo Chimbote – 2022”. La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al quehacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

1. Datos generales del juez

Nombres y Apellidos del juez:	Abdias Ricser Flores	
Grado profesional:	Maestría (<input checked="" type="checkbox"/>)	Doctor ()
Área de formación académica:	Clínica ()	Social ()
	Educativa ()	Organizacional (<input checked="" type="checkbox"/>)
Áreas de experiencia profesional:	Docente de la Escuela Profesional de Contabilidad	
Institución donde labora:	Universidad César Vallejo	
Tiempo de experiencia profesional el área:	2 a 4 años ()	
	Más de 5 años (<input checked="" type="checkbox"/>)	

2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

3. Datos de la escala: (Colocar nombre de la escala, cuestionario o inventario)

Nombre de la Prueba:	Cuestionario en escala ordinal
Autor(es):	Alexander José Mejía Mendoza
Procedencia:	Del autor, adaptada o validada por otros autores
Administración:	Virtual
Tiempo de aplicación:	15 minutos
Ámbito de aplicación:	Dentro de la misma institución
Significación:	<p>Está compuesta por dos variables:</p> <ul style="list-style-type: none"> - La primera variable contiene 3 dimensiones, de 9 indicadores y 15 ítems en total. El objetivo es medir la relación de variables. - La segunda variable contiene 3 dimensiones, de 3 indicadores y 15 ítems en total. El objetivo es medir la relación de variables.

4. Soporte teórico



- **Variable 1: Costos Comerciales**
Ricardo, U, M (2021), Son utilizados por personas que se especializan en el marketing, es decir, para comprar y vender productos sin ninguna transformación física, sin el proceso de información del producto.
- **Variable 2: Rentabilidad**
Solís (2021), Se define que la rentabilidad tiene que haber generado buenas ganancias cuanto más ingresar, ventas hay más rentabilidad con buenos beneficios.



Variable	Dimensiones	Definición
Costos Comerciales	Costos Reales	Costos reales son aquellos costos en los que se ha incurrido, es decir que surgen durante el proceso productivo, esto incluye todos los costos incurridos generados durante la producción. El costo real es la cantidad total de materiales, que se pueden asignar a un proyecto específico; el objetivo es detallar los costos asociados con el proyecto y determinar los resultados relacionados.
	Costo de Recuperación	Los costos es un método donde se debe recuperar en forma óptima y registrar las transacciones de ventas. Si una empresa no está segura de recuperar los costos de los bienes vendidos, debe registrar su costo de los bienes vendidos utilizando el método de recuperar de costos financieros.
	Control de Costos	Se debe verificar y reducir los gastos para que la empresa tenga ganancia.
Rentabilidad	Rentabilidad Económica	Observemos que la rentabilidad económica da el beneficio que da a una empresa de una inversión realizada.
	Ventas	Es un elemento o concepto muy utilizado, pero pocas personas conocen en realidad su definición. Es importante porque existen muchos beneficios de un correcto de los beneficios exacto que obtendremos por cada unidad de producto o servicio vendido. Los dividendos se calculan de los ingresos netos por los activos netos de la empresa. Mide el rendimiento del capital aportado por los inversores.
	Rentabilidad Financiera	El análisis tiene que ver con los resultados que generan después de interese, porque se calcula en relación al patrimonio de la empresa y beneficio neto obtenido antes de impuestos y se expresan en porcentajes. Asimismo, es importante señalar que la relación que existe entre las ganancias económica y financiera de una empresa se conoce como apalancamiento.



5. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presento el cuestionario “Costos Comerciales y Rentabilidad en la distribuidora de gas doméstico Xiomara S.A.C, Nuevo Chimbote – 2022”, elaborado por Mejía Mendoza Alexander José en el año 2023 De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.



<p>COHERENCIA</p> <p>El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.</p>	1. Totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
<p>RELEVANCIA</p> <p>El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.</p>	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente

9. No cumple con el criterio
10. Bajo Nivel
11. Moderado nivel
12. Alto nivel

Variable del instrumento: Costos Comerciales

- Primera dimensión: Costos Reales

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Costo de Adquisición	¿Conocen que es el costo de adquisición para el cliente?	4	4	4	
	¿Sabe la importancia de calcular el costo de adquisición?	4	4	4	
Costo de Control	¿Conoce cuáles son los elementos del costo de transporte?	4	4	3	
	¿Escucho sobre la importancia y su objetivo en el costo de transporte?	4	4	3	
Costo de almacén	¿Identificaría rápidamente cuáles son los factores que influye los costos de almacén?	4	4	4	

- Segunda dimensión: Costo de Recuperación

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Precio de venta bruta	¿Cree influye en la venta bruta positivamente?	4	4	4	
	¿Cree influye en la venta bruta positivamente?	3	4	4	
Descuento de clientes	¿El descuento de cliente es un factor importante para la empresa?	4	4	4	
	¿Sería necesario usar tipos de descuentos para el cliente en su...	4	4	4	
Precio de venta neta	¿Es importante hacer seguimiento a las ventas netas?	4	4	4	

- Tercera dimensión: Costo de Control

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Planificar	¿Conoce la planificación de costos de control y para qué sirve?	4	4	4	
	¿Usted sabe la importancia de la planificación para la empresa?	4	4	4	
Analizar	¿Cree que se daría beneficio sobre el control de costos y analizarlo?	4	4	4	
	¿Cree que se daría beneficio sobre el control de costos y analizarlo?	4	4	4	
Decisiones	¿Usted utilizo la toma de decisiones en el costo de control?	4	3	4	

Variable del instrumento: Rentabilidad

- Primera dimensión: Rentabilidad Económica

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
-------------	------	----------	------------	------------	---------------

Utilidad neta/activo totales	¿Llego a escuchar que es la rentabilidad económica y para qué sirve?	4	4	4	
	¿La rentabilidad económica da beneficios?	3	4	4	
	¿Conoce las principales razones para un análisis económico?	3	4	4	
	¿Sabe o tiene conocimiento lo que cuesta comprar los productos de bienes o servicio que se llega a vender?	4	4	4	
	¿Sabe o tiene conocimiento lo que cuesta comprar los productos de bienes o servicio que se llega a vender?	4	4	4	

- Segunda dimensión: Ventas

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Utilidades netas/ventas:	¿Usted cree que al tomar decisiones del gerente afecte a las ventas?	4	4	4	
	¿El área de las ventas tiene relación directa con las demás áreas de la empresa?	4	4	4	
	¿Las ventas son fundamentales?	4	3	4	
	¿Llego a escuchar las molestias de los clientes al querer vender un producto?	4	3	4	
	¿Crees que al tener competencia afectaría demasiado a las ventas del producto?	4	3	4	

- Segunda dimensión: Rentabilidad Financiera

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Utilidades netas/Patrimonio neto:	¿Cree que sirva la Rentabilidad Financiera para la empresa y cree que daría beneficios?	4	4	4	
	¿Usted cree que gracias a la Rentabilidad Financiera daría con certeza la viabilidad de la inversión de la empresa?	4	4	4	
	¿Conoce que acciones puede aumentar la Rentabilidad Financiera?	4	4	4	
	¿Cree que EBITDA está relacionado con rentabilidad financiera?	4	4	4	
	¿La amortización es la pérdida de valor de activos fijos?	4	4	4	



Abdías Ricser Flores
CONTADOR PÚBLICO COLEGIADO CERTIFICADO
MAT. 06-2340

(Magister, Abdías Ricser Flores)

DNI N° 32960157

Pd.: el presente formato debe tomar en cuenta:

Williams y Webb (1994) así como Powell (2003), mencionan que no existe un consenso respecto al número de expertos a emplear. Por otra parte, el número de jueces que se debe emplear en un juicio depende del nivel de experticia y de la diversidad del conocimiento. Así, mientras Gable y Wolf (1993), Grant y Davis (1997), y Lynn (1986) (citados en McGartland et al. 2003) sugieren un rango de **2** hasta **20 expertos**, Hyrkäs et al. (2003) manifiestan que **10 expertos** brindarán una estimación confiable de la validez de contenido de un instrumento (cantidad mínimamente recomendable para construcciones de nuevos instrumentos). Si un 80 % de los expertos han estado de acuerdo con la validez de un ítem éste puede ser incorporado al instrumento (Voutilainen & Liukkonen, 1995, citados en Hyrkäs et al. (2003).

Ver : <https://www.revistaespacios.com/cited2017/cited2017-23.pdf> entre otra bibliografía.

Anexo Confiabilidad del instrumento

Confiabilidad

Base datos

Costos Comerciales

Encuestado de ítems	Costos comerciales														
	Costos Reales					Costos de recuperacion					Costo de control				
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15
1	5	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4	3	4	5	4
2	4	5	4	4	4	5	4	4	3	4	4	5	4	4	3
3	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4
4	4	4	4	3	4	4	4	3	5	4	4	3	4	4	3

Análisis de confiabilidad del instrumento motivación a través de Alfa de Cronbach.

Para la confiabilidad del instrumento se utilizó el Alfa de Cronbach, que se encarga de determinar la medida ponderada de las correlaciones entre las variables que forman parte de la encuesta.

El instrumento para la prueba piloto estuvo compuesto por 15 ítems para una muestra de 4 colaboradores.

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	4	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	4	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Variable Rentabilidad

Base de datos

R. Economica					Ventas					R. Financiera				
P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23	P24	P25	P26	P27	P28	P29	P30
5	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	5	4
4	5	5	4	4	3	5	4	4	5	4	4	3	4	3
3	4	5	4	4	5	4	4	5	3	4	4	4	5	3
5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4

Análisis de confiabilidad del instrumento desempeño laboral

Para la confiabilidad del instrumento se utilizó el Alfa de Cronbach, que se encarga de determinar la medida ponderada de las correlaciones entre las variables que forman parte de la encuesta.

El instrumento para la prueba piloto estuvo compuesto por 15 ítems para una muestra de 4 colaboradores.

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	4	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	4	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.



Anexo 4. Modelo de consentimiento y/o asentimiento informado

Título de la investigación: Costos Comerciales y Rentabilidad en la distribuidora de gas doméstico Xiomara S.A.C, Nuevo Chimbote – 2022

Investigador (a) (es):

Mejía Mendoza Alexander José (<https://orcid.org/0000-0002-1926-3818>)

Propósito del estudio

Le invitamos a participar en la investigación titulada “Costos Comerciales y Rentabilidad en la distribuidora de gas doméstico Xiomara S.A.C, Nuevo Chimbote – 2022”.

cuyo objetivo es determinar la relación entre los Costos Comerciales y Rentabilidad en la distribuidora de gas doméstico Xiomara S.A.C, Nuevo Chimbote – 2022. Esta investigación es desarrollada por estudiantes de pregrado de la carrera profesional de Contabilidad de la Universidad César Vallejo del campus Chimbote, aprobado por la autoridad correspondiente de la Universidad y con el permiso de la empresa Solgas Xiomara S.A.C.

Describir el impacto del problema de la investigación.

Se ha evidenciado que la empresa presenta un cuadro negativo de costos comerciales debido a la falta de reconocimiento el alto nivel de responsabilidad, los trabajadores tienen dificultades en trabajar en equipo y presenta errores.

Procedimiento

Si usted decide participar en la investigación se realizará lo siguiente (enumerar los procedimientos del estudio):

1. Se realizará una encuesta o entrevista donde se recogerán datos personales y algunas preguntas sobre la investigación titulada: “Costos Comerciales y Rentabilidad en la distribuidora de gas doméstico Xiomara S.A.C, Nuevo Chimbote – 2022”.
2. Esta encuesta o entrevista tendrá un tiempo aproximado de minutos y se realizará en el ambiente de la empresa Solgas Xiomara S.A.C. Las respuestas al cuestionario o guía de entrevista serán codificadas usando un número de identificación y, por lo tanto, serán anónimas.

Participación voluntaria (principio de autonomía):

Puede hacer todas las preguntas para aclarar sus dudas antes de decidir si desea participar o no, y su decisión será respetada. Posterior a la aceptación no desea continuar puede hacerlo sin ningún problema.

Riesgo (principio de No maleficencia):

Indicar al participante la existencia que NO existe riesgo o daño al participar en la investigación. Sin embargo, en el caso que existan preguntas que le puedan generar incomodidad. Usted tiene la libertad de responderlas o no.

Beneficios (principio de beneficencia):

Se le informará que los resultados de la investigación se le alcanzará a la institución al término de la investigación. No recibirá ningún beneficio económico ni de ninguna otra índole. El estudio no va a aportar a la salud individual de la persona, sin embargo, los resultados del estudio podrán convertirse en beneficio de la salud pública.

Confidencialidad (principio de justicia):

Los datos recolectados deben ser anónimos y no tener ninguna forma de identificar al participante. Garantizamos que la información que usted nos brinde es totalmente Confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de la investigación. Los datos permanecerán bajo custodia del investigador principal y pasado un tiempo determinado serán eliminados convenientemente.

Problemas o preguntas:

Si tiene preguntas sobre la investigación puede contactar con el investigador Mejía Mendoza Alexander José

email: yosmermejiamendoza@gmail.com

y Docente asesor Valentín Elías Leonel Martin email:

Consentimiento

Después de haber leído los propósitos de la investigación autorizo participar en la investigación antes mencionada.

Nombre y apellidos: Mónica Salirrosas Tocas

Fecha y hora: 27-11-23 hora: 11:30

ANEXO 6: REGISTRO DE DATOS

Encuestado de ítems	Costos comerciales															Rentabilidad														
	Costos Reales					Costos de recuperación					Costo de control					R. Economica					Ventas					R. Financiera				
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23	P24	P25	P26	P27	P28	P29	P30
1	5	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4	3	4	5	4	5	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	5	4
2	4	5	4	4	4	5	4	4	3	4	4	5	4	4	3	4	5	5	4	4	3	5	4	4	5	4	4	3	4	3
3	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	3	4	5	4	4	5	4	4	5	3	4	4	4	5	3
4	4	4	4	3	4	4	4	3	5	4	4	3	4	4	3	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4