



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

“Cálculo del costo de ventas en relación a los estados financieros de empresas
comerciales de la galería La Cochera 2019”

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Contador Público

AUTOR:

Castillo Galeano, Luis Camilo (ORCID: 0000-0003-0349-2621)

ASESORA:

Mgtr. Gamarra Orellana, Nora (ORCID: 0000-0003-2173-556X)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Finanzas

CALLAO – PERÚ

2019

Dedicatoria

Este trabajo se lo dedico principalmente a mis padres, mis abuelos y mi tío que han sido parte fundamental para mi formación como profesional y ser humano.

Agradecimiento

A mis padres por los sacrificios y el esfuerzo para que pueda cumplir con esta etapa académica, a los docentes que brindaron su apoyo en ofrecer la información necesaria en las horas académicas.

PÁGINA DEL JURADO

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo Luis Camilo Castillo Galeano con C.E N° 000643311, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela Académico Profesional de Contabilidad, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y autentica. Asimismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces. En tal caso asumo las responsabilidades de que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos de información aportada por lo cual me someto a los dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Luis Camilo Castillo Galeano', is written over a horizontal line.

LUIS CAMILO CASTILLO GALEANO

C.E: 000643311

ÍNDICE

Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento.....	iii
Página del jurado.....	iv
Declaratoria de autenticidad.....	v
Índice.....	vi
Índice de tablas.....	viii
Índice de anexos.....	ix
Resumen.....	x
Abstract.....	xi

1.INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad problemática.....	1
1.2. Trabajos previos.....	2
1.3. Teorías relacionadas al tema	4
1.3.1. Variable Independiente: Costo de ventas.....	4
1.3.2. Variable Dependiente: Estados financieros.....	5
1.4. Formulación del problema.....	6
1.4.1. General.....	6
1.4.2. Específicos.....	6
1.5. Justificación del estudio.....	7
1.6. Hipótesis.....	8
1.6.1. General.....	8
1.6.2. Específicas.....	8
1.7. Objetivos.....	8
1.7.1. General.....	8
1.7.2. Específicos.....	8
II. MÉTODO.....	9
2.1. Diseño de investigación.....	9
2.1.1. Enfoque de investigación.....	9
2.1.2. Método de investigación.....	9
2.1.3. Tipo de investigación.....	10

2.1.4.	Nivel o alcance de investigación.....	10
2.2.	Variables, operacionalización.....	11
2.2.1.	Operacionalización de variable.....	11
2.2.2.	Matriz de Operacionalización.....	16
2.3.	Población y muestra.....	17
2.3.1.	Población.....	17
2.3.2.	Unidades de muestreo.....	17
2.3.3.	Muestra.....	17
2.4.	Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.....	18
2.4.1.	Técnicas de recolección de datos.....	18
2.4.2.	Instrumentos de recolección de datos.....	19
2.4.3.	Validez.....	19
2.4.4.	Confiabilidad.....	20
2.5.	Métodos de análisis de datos.....	20
III.	ASPECTOS ADMINISTRATIVO.....	20
3.1.	Recursos y presupuesto.....	20
3.2.	Financiamiento	21
IV.	RESULTADOS.....	21
4.1.	Hipótesis general.....	21
4.2.	Hipótesis específica 1.....	24
4.3.	Hipótesis específica 2.....	26
V.	DISCUSIÓN.....	28
5.1.	Discusión – hipótesis general.....	28
5.2.	Discusión – hipótesis específica 1.....	29
5.3.	Discusión – hipótesis específica 2.....	30
VI.	CONCLUSIONES.....	31
VII.	RECOMENDACIONES.....	32
VIII.	REFERENCIAS.....	33
ANEXOS		
	Anexo 1: Matriz de consistencia.....	36
	Anexo 2: Validación de expertos.....	37

Anexo 3: Instrumento de recolección de datos.....	40
Anexo 4: Originalidad de tesis.....	41
Anexo 5: Evidencia Turnitin.....	42
Anexo 6: Autorización de tesis.....	43
Anexo 7: Autorización final de tesis.....	44

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N°1: Matriz de operacionalización	16
Tabla N°2: Nivel de confiabilidad	19
Tabla N°3: Estadística de escala.....	19
Tabla N°4: Estadística de fiabilidad.....	19
Tabla N°5: Presupuesto.....	20
Tabla N°6: Chi cuadrado.....	22
Tabla N°7: Matriz de consistencia.....	36

RESUMEN

La presente investigación “Cálculo del costo de ventas en relación a los estados financieros de empresas comerciales de la galería La Cochera 2019” cuyo objetivo de estudio es determinar la relación que tiene el cálculo del costo de venta con los estados financieros de empresas comerciales de la galería la cochera, se realizó con una población de 45 que es el total de dueños de las empresas, la muestra fue de 25 personas y dueños, con un margen de error de 5% y un nivel de confiabilidad del 95% . Los datos se recolectaron mediante la técnica de la encuesta usando como instrumento al cuestionario, conformado por 20 preguntas en la escala de Likert. La validación del instrumento se realizó mediante juicio de expertos y la fiabilidad del cuestionario se calculó a través del coeficiente Alfa de Cron Bach. Una vez recolectados los datos estos fueron procesados mediante el SPSS versión 25. Teniendo como resultado que si existe una relación positiva media de ,816 entre el cálculo del costo de ventas y los estados financieros de las empresas comerciales de la galería la cochera 2019.

Palabras clave: cálculo de costo de venta, estados financieros.

ABSTRACT

The present investigation “Calculation of the cost of sales in relation to the financial statements of commercial companies of the gallery La Cochera 2019” whose objective of study is to determine the relation that has the calculation of the cost of sale with the financial statements of commercial companies of the “Galeria la cochera”, was made with a population of 45 that is the total owners of the companies, the sample was 25 people or owners, with a margin of error of 5% and a level of reliability of 95%. Data were collected using the survey technique using the questionnaire as an instrument, consisting of 20 questions on the Likert scale. The validation of the instrument was carried out through expert judgment and the reliability of the questionnaire was calculated through the Cron Bach Alpha coefficient. Once the data were collected, they were processed through SPSS V.25. Having as a result that if there is an average positive relationship of 816 between the calculation of the cost of sales and the financial statements of the commercial companies of the gallery the garage 2019.

Keywords: cost of sales calculation, financial statements

I. INTRODUCCIÓN

1.1 REALIDAD PROBLEMÁTICA

Los diferentes entes que encontramos en el ámbito comercial están sujetos a llevar una contabilidad en la cual tengan un control de todas sus actividades, así como en las cantidades monetarias que utilizan para obtener mercadería para poder tener en funcionamiento su negocio, si bien es cierto estos controles son abundantes y de diferentes procesos muchas de las empresas no realizan de manera profesional este control puesto que es una actividad realizada de manera empírica lo cual lleva a que no tenga una información real de las utilidades que está obteniendo con sus actividades. Estas acciones traen como consecuencia una falla en la económica nacional puesto que las empresas no emergen, tan solo mantienen sus ingresos, al no contar con un crecimiento económico no se desarrollan las actividades de las empresas y la expansión empresarial.

Según Vallejos, H; Chilingua M. (2017): La contabilidad de costos “Es un conjunto de pasos contables, que tiene como fin dar como resultado todos los recursos que forman parte de la estadística y análisis de los costos de producción de un bien o servicio... ayuda a encontrar el valor del total de los componentes del costo de producción de un bien y/o servicio, en consecuencia, hallar el costo unitario del mismo para definir el precio de venta y el control de las ganancias”.

Con esto se entiende que la base para poder decidir el monto a cobrar de los bienes o servicios que manejamos es en base a los costos que se manejan en la empresa, puesto que debe recuperarse la inversión y obtener una ganancia, pero estos controles no son realizados en todas las empresas, algunas de ellas no realizan costos en sus actividades, tan solo determinan un precio aleatorio en base a lo que demande la sociedad o las experiencias previas y no se cuenta con información exacta de cuál es la situación de la empresa. Estos factores se encuentran escasos en las empresas observadas, puesto que determinan montos de costos sin sustento y sin relación a las existencias reales de la empresa.

1.2 TRABAJOS PREVIOS

Zegarra, A. (2016). Realizó la tesis para la obtención de su título profesional titulada “Implementación de un sistema de inventario computarizado promedio para el adecuado cálculo del costo de venta en la empresa import medical service”, donde tuvo como objetivo general demostrar que la implementación de un sistema computarizado promedio facilita el adecuado cálculo de costo de ventas en la empresa import medical service EIRL. Se ha tomado como la hipótesis general la implementación de un sistema digital promedio facilita el óptimo cálculo del costo de ventas en import medical service EIRL.

El análisis de los resultados nos lleva a inferir que la adecuación de programas de inventarios digitalizado promedio mejora la obtención adecuada del costo de ventas, para la empresa datos de suma importancia para la tomar de decisiones. Por lo tanto, se brindan sugerencias y conclusiones que permite incitar la explicación y mejora del cálculo del costo de ventas.

Cutipa, M. (2016). Elaboro la tesis para obtener su título profesional titulada “Los estados financieros y su influencia en la toma de decisiones de la empresa regional de servicio público de electricidad - electro puno S.A.A. períodos 2014 – 2015”, donde tuvo como objetivo general evaluar los resultados del análisis de los Estados Financieros y su incidencia en la toma de decisiones de la Empresa Regional de Servicio Público de Electricidad Electro Puno S.A.A. periodos 2014-2015. Se ha considerado como hipótesis general el análisis a los resultados de los Estados Financieros influyen de manera significativa en la correcta toma de decisiones de la Empresa Regional de Servicio Público de Electricidad Electro Puno S.A.A. periodos 2014-2015.

El análisis de los resultados nos lleva a concluir los informes financieros y su relación en la correcta elección de decisiones Financieras de la Empresa Regional de Servicios Públicos de Electricidad Electro Puno S.A.A. Finalmente, se emiten conclusiones y sugerencias que permite promover análisis sobre las finanzas para entender la manera en que funciona, que permita aportar información a tiempo para la elección de decisiones y así llevar a la empresa a disfrutar óptimos resultados en la liquidez y solvencia del ente.

Merino, V. (2016). Elaboro su investigación para obtener su título profesional llamada “Sistema de costos y su efecto en la rentabilidad de la empresa ganadera Productos Lácteos del Norte S.A.C. del Distrito de Santiago de Cao, Año 2015”, donde su objetivo general era descifrar el efecto de un sistema de costos en la rentabilidad de la empresa ganadera Productos Lácteos del Norte S.A.C. del Distrito de Santiago de Cao, año 2015. Se ha considerado como hipótesis general el sistema de costos afecta positivamente a la rentabilidad de la empresa ganadera Productos Lácteos del Norte S.A.C. del Distrito de Santiago de Cao, año 2015.

El análisis de los resultados nos lleva a concluir que se observa que los costos que más resaltan son los de insumos como consecuencia de la gran cantidad de ingresos, del mismo modo se identificó la falta de informes periódicos referente los tipos de ganado.

Finalmente, se elaboran las definiciones finales para mejorar la manera en que se supervisan las actividades y pasos en donde se utilizan los recursos en producción y que esto ayude a mejorar y si es el caso disminuir el costo para poder llevar a la empresa a obtener mejores ganancias y expansión.

Abanto, L. (2018). Realizó la tesis para la obtención de su título profesional titulada “Análisis financiero y su incidencia en la gestión financiera de la empresa representaciones y servicios Fernández E.I.R.L provincia de Lima año 2017”, donde tuvo como objetivo general determinar la incidencia del análisis financiero en la gestión financiera de la empresa representaciones y servicios Fernández E.I.R.L provincia de Lima año 2017. Se ha considerado como hipótesis general el análisis financiero incidirá en la gestión financiera de la empresa representaciones y servicios Fernández E.I.R.L provincia de Lima año 2017.

La interpretación de los resultados nos lleva a concluir que la interpretación financiera incide en la gestión financiera de la empresa representaciones y servicios Fernández E.I.R.L. Finalmente, se emiten conclusiones y sugerencias para lograr resultados efectivos y mejorar la rentabilidad y alcanzar las metas establecidas.

1.3. TEORÍAS RELACIONADAS AL TEMA

1.3.1 DEFINICIÓN CONCEPTUAL

Variable X: Costo de ventas

“La enciclopedia financiera (2016) define que el costo de ventas es el gasto o el costo de producir de todos los artículos vendidos durante un período contable. Cada unidad vendida tiene un costo de ventas o costo de los bienes vendidos”.

El monto monetario que se utiliza para comprar un producto que será comercializado sumado con aquellos gastos a los que se incurre para poder contar con este producto se contabiliza como costo de ventas, el cual será recuperado posteriormente de la venta del bien, esta información brinda un balance a la empresa, conocer cuánto invertimos para así mismo saber si es recuperado junto con una ganancia que es el fin de toda empresa.

En la NIC n° 2 indica que el coste de adquisición de las existencias está formado por los aranceles de importación, el precio de la compra y diversos impuestos (que las entidades fiscales no podrán recuperar luego).

Cuando se refiere a impuestos que no se recuperaran tales como lo que se incurre en transporte, almacenes y otros que se relacionan directamente con la compra de los bienes. Son diversos los factores que se deben tomar en cuenta para poder determinar el costo de cada producto, lo cual será base fundamental posteriormente para poder determinar el precio en los productos, dicha información servirá para poder obtener un precio en el cual se obtenga una ganancia, así como recuperar el dinero invertido que se ve reflejado en los costos.

Se puede señalar que Eric Kohler indica que el costo como la erogación o desembolso en bienes, en efectivo u otros, en acciones de capital o en servicios, o la obligación de considerar en estos, identificados como mercancías o servicios adquiridos o con cualquier pérdida incurrida, y medidos en función de dinero pagado o por pagar, o del valor de mercado de otros bienes, acciones de capital o servicios proporcionados en cambio.

Ante lo mencionado inferimos que el costo es la manera de dar valor a las existencias que ingresan en nuestra empresa, con lo cual podremos tener un control para poder posteriormente recuperar los montos pagados que se consideran costo.

El cálculo del costo de venta se realiza mediante la siguiente fórmula: Existencias iniciales más las compras del periodo menos las existencias finales.

Variable Y: Estados Financieros

Según la NIF A-1 señala que: la información financiera que emana de la contabilidad, es información cuantitativa, expresada en unidades monetarias y descriptiva, que muestra la posición y desempeño financiero de una entidad, y cuyo objetivo esencial es el de ser útil al usuario general en la toma de sus decisiones económicas.

El rumbo de la empresa se ve reflejado en estos reportes que expresan de manera clara todas las actividades que realiza la empresa, así como sus obligaciones aspectos que son fundamentales para asegurar si se está realizando la gestión adecuada para que la empresa incremente sus utilidades o por lo contrario conocer cuáles son las áreas en las que se debe mejorar para poder cumplir los objetivos, estos datos se muestran expresados dentro del territorio peruano en soles, puede variar dependiendo de la necesidad que se presente, de igual forma es específica y detallada con varios documentos que sustentan estos montos aquí presentes.

Los reportes financieros son la base fundamental para escoger entre las diferentes alternativas, en ellos se podrán observar detalles de las empresas, con ellos se podrá decidir los cambios a realizar las mejoras, y los movimientos futuros que se van a realizar, también se hace uso de documentos auxiliares en los cuales se obtiene información más específica, con los estados financieros no solo se toman decisiones sino que también es el medio por el cual la Sunat realiza los controles pertinentes, así mismo suelen ser el sustento para inversiones o préstamos bancarios, ya que con el análisis de los mismos se podrá definir los ingresos que obtendrá a futuro, las obligaciones que tendrá y la liquidez con el cual contará.

Según la NIC 1 un reporte de una óptima situación de una determinada empresa debe comprender lo siguiente:

- (a) un estado de situación financiera al final del periodo;
- (b) un estado del resultado integral del periodo;
- (c) un estado de cambios en el patrimonio del periodo;

(d) un estado de flujos de efectivo del periodo;

(e) notas, que incluyan un resumen de las políticas contables más significativas y otra información explicativa; y

(f) un estado de situación financiera al principio del primer periodo comparativo, cuando una entidad aplique una política contable retroactivamente o realice un re expresión retroactiva de partidas en sus estados financieros, o cuando reclasifique partidas en sus estados financieros.

Las empresas podrán utilizar para nombrar los estados mencionados los términos o títulos que crean conveniente, pero serán presentados a la entidad pertinente con la misma importancia que le brinda la norma.

De igual manera gran cantidad de empresas también elaboran, a parte de sus reportes financieros que correspondan, estados e informes, estos pueden ser reportes medioambientales y otros que requiera la empresa dependiendo sus actividades que realiza, pero estos deberán cumplir siempre las normas y lineamientos que imponen las respectivas normas.

1.4 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

1.4.1 Problema general

¿Qué relación tiene el cálculo del costo de venta con los estados financieros de empresas comerciales de la galería La cochera, 2019?

1.4.2 Problema específico

¿Cómo se relaciona el cálculo del costo de venta con el desempeño financiero de las empresas comerciales de la galería La cochera, 2019?

¿Qué relación tiene el costo de ventas con la toma de decisiones de las empresas comerciales de la galería La cochera, 2019?

1.5 JUSTIFICACIÓN DEL ESTUDIO

Según Christensen, H. (2008). “Así mismo junto con la definición de los objetivos concretos del estudio, es recomendable proponer mediante una o varias preguntas el problema que se estudiará. Se debe expresar en forma de preguntas puesto que tiene la ventaja de presentarlo directamente, reduciendo la distorsión”

Las empresas comercializadoras se dedican a comprar los productos ya terminados para luego de ello distribuirlo a un precio diferente en el cual obtengan una ganancia, pero la gran cantidad de las empresas de la zona no cuentan con un óptimo control, lo realizan de manera convencional, es decir en base a lo que el mercado o la competencia está ofertando, imponen los precios a sus mercaderías sin tener conocimiento de estar ganando o perdiendo. Por lo tanto, se realiza esta investigación con el fin de encontrar los métodos más adecuados para poder tener un control de los costos o dinero que invertimos al comprar un producto, así como descubrir los errores que se están cometiendo en dichas empresas para con ello mejorar las operaciones y de esta manera llevar a que se obtengan mejores resultados en la rentabilidad.

Con la investigación se obtendrán resultados que ayudaran a expandir el concepto y aprendizaje de los puntos que forman parte en el costo de ventas, lo que ayudara como una nueva herramienta de conceptos entendibles y claros para quienes lo requieran.

Con los resultados que obtendremos contaremos con un sistema óptimo para llevar control de los costos que tenga la empresa, así como entender qué efectos tiene sobre los estados financieros. Los resultados lograrán que los estados financieros presenten resultados reales y en relación directa con lo que haya realizado la empresa, traerá una facilidad en el desarrollo del cálculo del costo de venta, con esta investigación se tendrán mejores parámetros de lo que debemos tomar en cuenta en dicho calculo.

Se benefician las empresas del sector del callao, obtendrán una mejora en sus estructuras financieras y con ello lograrán un mejor desarrollo que les permita mejorar su expansión comercial, lo que con lleva a incrementar puestos de trabajo y alza en la economía del sector.

La investigación se realiza en un momento óptimo puesto que se están presentando diversos cambios en la modalidad de registrar los movimientos financieros de las empresas para lo cual se necesita una información precisa sobre este tema del cual no se cuenta con información precisa, estos resultados ayudan a que se mejore este punto en las empresas.

1.6. HIPÓTESIS

1.6.1. Hipótesis general

El cálculo del costo de ventas tiene relación con la elaboración de los estados financieros de empresas comerciales de la galería la cochera, 2019.

1.6.2 hipótesis específica

El costo de ventas tiene relación con el desempeño financiero de las empresas comerciales de la galería la cochera, 2019.

El costo de ventas tiene relación fundamentalmente con la toma de decisiones de las empresas comerciales de la galería la cochera, 2019.

1.7. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.7.1 Objetivo general

Determinar la relación que tiene el cálculo del costo de venta con los estados financieros de empresas comerciales de la galería la cochera, 2019.

1.7.2 Objetivo específico

Analizar como el cálculo del costo de venta se relaciona con el desempeño financiero de las empresas comerciales de la galería la cochera ,2019.

Identificar la relación que tiene el costo de ventas con la toma de decisiones de las empresas comerciales de la galería la cochera, 2019.

II. MÉTODO

2.1. Diseño de investigación

Como señala Kerlinger (1979) "La investigación no experimental o ex-post-facto es cualquier investigación en la que resulta imposible manipular variables o asignar aleatoriamente a los sujetos o a las condiciones". (p. 116).

La presente investigación tiene un diseño no experimental, lo que indica que no se van a manipular las variables, solo se observan y se realizan las conclusiones en base a la información que se extrae con la encuesta que son reflejo de la opinión conjunta de un grupo de personas.

Hernández et al. (2014), expresa que la investigación transversal refleja la recaudación de antecedentes que se da en un solo momentos durante todo el estudio que se realiza. Tiene como objetivo exponer las variables que forman parte de la investigación para luego entender, descubrir la relación entre ambas en un momento específico durante el desarrollo de la investigación. (p. 151).

2.1.2. Enfoque de investigación

En el presente estudio le daremos un enfoque cuantitativo, Hernández A. (2014), lo definen como la utilización de la recaudación de información para comprobar hipótesis, basados en el cálculo numérico y estadístico, para así generar formas de comportamiento y demostrar teorías (p. 4).

En este modelo de indagación se utilizan números que nos ayudaran a medir de una forma más entendible los datos que obtenemos con las encuestas para de esta manera poder analizarlo de una manera más específica y puntual.

2.1.3. Método de investigación

La presente investigación tiene un método hipotético – deductivo. Bernal (2016), manifiesta que es un proceso que empieza desde manifestaciones llamadas hipótesis, las cuales pueden ser negadas o refutadas, determinándose conclusiones que deben ser contrarrestadas con los hechos (p. 60).

Lo primero que realizaremos en este trabajo es anteponer supuestos en base a criterios propios y aprendizajes previos que se afirmaran o negaran dependiendo los resultados

que obtengamos luego de procesar los datos obtenidos de las encuestas y estudios realizados.

2.1.4. Tipo de Investigación

El modelo de estudio utilizado en esta pesquisa es aplicado, así como lo menciona Murillo, N. (2008): “la investigación aplicada recibe el nombre de “investigación práctica o empírica”, que se caracteriza porque busca la aplicación o utilización de los conocimientos adquiridos, a la vez que se adquieren otros, después de implementar y sistematizar la práctica basada en investigación. El uso del conocimiento y los resultados de investigación que da como resultado una forma rigurosa, organizada y sistemática de conocer la realidad”. (p.107)

Mediante el presente método se utilizan los conocimientos que se han adquirido a lo largo de toda la carrera y se incrementara con los resultados obtenidos, ya que se interpretaran y se generan nuevos conocimientos de una manera organizada y que servirán de base para futuras investigaciones.

2.1.5. Nivel o alcance

En la indagación se hace uso de la correlacional, puesto que presentamos dos variables que se relacionan entre si y se medirán para con ellas encontrar los parámetros para poder realizar la investigación.

Según Tamayo y Tamayo (1999), se refiere al “grado de relación (no causal) que existe entre dos o más variables. Para realizar este tipo de estudio, primero se debe medir las variables, y luego mediante pruebas de hipótesis correlacionales acompañadas de la aplicación de técnicas estadísticas, se estima la correlación”.

Según lo expuesto se tienen un conjunto de pasos y procesos ordenados que nos permitirán obtener un óptimo resultado tras nuestra investigación, lo primero a realizar es colocar valores que nos ayuden a medir los puntos que intervienen en el estudio y luego mediante pruebas establecidas indicar de qué manera se relacionan las mismas.

2.2. Variables de Operacionalización

La indagación está formada por dos variables, una es X “Costo de Ventas” y la otra es Y “Estados Financieros”. Las cuales son definidas con diferentes conceptos según diferentes autores.

2.2.1. Operacionalización de variables

El presente estudio está enfocado en dos variables, que para mejorar su comprensión se expresan datos directos y claros, de estos datos obtuvimos las dimensiones, posteriormente indicadores y por último extraemos ítems para nuestro instrumento a emplear que es la encuesta en esta situación.

Las dos variables que se muestran presentan una correlación entre sí, es decir, una depende de la otra, éstas son: el costo de venta y los estados financieros.

Variable X: Costo de ventas

La enciclopedia financiera (2016) lo define diciendo que el costo de ventas es el gasto o el costo de producir de todos los artículos vendidos durante un período contable. Cada unidad vendida tiene un costo de ventas o costo de los bienes vendidos.

Ante lo citado podemos inferir que todo aquel desembolso de dinero que realiza una empresa para poder llevar a cabo la producción o comercialización de su respectivo producto se entenderá por costo de venta.

Definición conceptual

Dimensión: Estados financieros

Son los reportes en los cuales se ven reflejados los movimientos económicos y la situación en la que se encuentra la empresa en un determinado periodo, estos sirven para poder ser evaluadas las empresas para saber si está creciendo o por el contrario si está perdiendo, así mismo para que los entes reguladores puedan controlar a estas entidades.

En consecuencia, de estas definiciones se exponen dimensiones que en esta investigación se tomara dos por variable:

La variable x se divide en las dimensiones: existencias y gastos.

Y la variable Y está formada por: desempeño financiero y toma de decisiones

Indicadores:

Existencias:

Las mercaderías que presentan las empresas comerciales son aquellos activos que se van a convertir en un ingreso monetario, serán consideradas para la empresa una vez que estén dentro del almacén, lo que indica que ya pertenece a la empresa. De igual forma se entiende como existencia a todas aquellas mercaderías con los que cuenta una empresa en sus almacenes para comercializar con estos y poder obtener ingresos tras su venta.

Gestión de inventario

Se entiende con estas palabras a las acciones que realizan las empresas para poder tener un registro de sus mercaderías, de lo que ingresa, sale y se mantiene en el stock, lo cual ayuda a poder saber qué acciones tomar si se presenta mercaderías que no se mueven en el almacén y de esta manera evitar pérdidas de las mismas-

Valor de adquisiciones

Este término encierra al monto económico que se debe aportar para poder obtener un bien u otro, y que no se pueden recuperar luego por entidades fiscales, tales como el monto pagado para transporte, para pagar los almacenes.

Precios de venta

En este monto se determina con la suma del costo del bien o el servicio y la utilidad que la empresa desea obtener tras comercializar con el producto, es por ello que los precios que se establecen en los productos deben ser analizados detenidamente puesto que aquellos que no realizan los procesos adecuados para determinarlo muchas veces no recuperan los costos y por consecuencia incurrir en pérdidas.

Dimensión: Gastos

Se entiende por gasto a aquellos desembolsos de dinero que realiza la empresa para cubrir diferentes actividades de su empresa que no necesariamente están directamente relacionados con el producto que comercializa pero que si interviene en el funcionamiento de la empresa para que esta pueda cumplir con sus demandas.

Indicadores:

Transporte

Este término expresa a la acción de movilizar un objeto o ser hacia desde un determinado lugar a otro, utilizando diferentes medios tales como medios terrestres, aéreos o marítimos, con instrumentos como maquinarias que permiten este desplazamiento para poder tener estos elementos en los lugares en que se requiere.

Almacén

Entendemos como almacén al espacio físico donde se encuentran las mercaderías de una determinada empresa, así como ciertos activos, materiales que la empresa utilice según sea su rama comercial.

Gastos de gestión

Aquellos desembolsos de dinero en los que incurren las empresas en un determinado periodo como resultado de sus actividades que realice, lo cuales son realizados en la empresa, pero no se relacionan directamente con el producto que comercializa, pero ayuda a que la empresa funcione correctamente.

Variable Y: Estados financieros

Dimensión: Desempeño financiero

Esta dimensión hace referencia a la facilidad con la que la empresa puede hacer sus actividades económicas de manera que genere una óptima rentabilidad en los periodos analizando los diferentes puntos que intervienen en las actividades empresariales y económicas.

Indicadores:

Rentabilidad

Se entiende a aquel monto monetario o económico que se obtiene como resultado de una serie de operaciones económicas o de servicios que luego de haber recuperado lo invertido se obtiene este monto que se denomina como rentabilidad.

Inversiones

Ante inversión entendemos a aquel monto que mayormente es económico u monetario pero que puede ser expresado con un bien u elemento que equivale a un valor, este se coloca ante un determinado negocio que al hacer uso de este podrá generar ingresos adicionales, el monto inicial que se utiliza en un determinado negocio es lo que llamamos inversión de igual forma esto es siempre incierto puesto que no siempre se recupera este valor tras realizar los negocios que se tenían previstos.

Eficiencia operacional

Este punto hace referencia a disminuir costos mejorando la calidad, esto se logra observando los procesos que se realizan para luego modificarlos de tal manera que se realicen de una manera más eficiente sin perder los estándares ofrecidos a los clientes.

Solvencia de la empresa

Es la facultad que tiene la empresa para asumir sus obligaciones a en un largo periodo, esto se ve expresado en los estados financieros, de tener una buena capacidad para asumir obligaciones esto ayudara para que las empresas puedan obtener préstamos bancarios para así con ello realizar inversiones que ayuden al crecimiento de la misma.

Dimensión: Toma de decisiones

Este punto es de gran importancia para las empresas, en él se reflejan todos los procesos que realizan las empresas para poder tener información que permita escoger entre diferentes opciones con el fin de mejorar aspectos específicos y generales de la empresa.

Indicadores:

Riesgos

La definición de riesgo es aquella incertidumbre o acción incierta que puede suceder al realizar una operación financiera, puesto que a futuro los resultados aún son inciertos y podrán ser positivos o negativos, es por ello que esto significa una ganancia o pérdida.

Políticas de la empresa

Las empresas deben tener un conjunto de reglas o pasos que se deben seguir dependiendo la situación en que se encuentre, estas políticas aseguran que las decisiones o soluciones tomadas sean a favor de ayudar a mejorar la empresa y mantenerla bajo los parámetros legales, las cuales deben ser cumplidas por todas las personas que pertenecen a la empresa.

Gestiones de la empresa

Procesos que realiza el ente para obtener el éxito de las metas u objetivos, estos son realizados dependiendo la necesidad del momento y la etapa en que se encuentre con estas gestiones se aseguran resultados positivos para la empresa en caso de no tenerlos es cuando se presentan deficiencias en las actividades realizadas.

Planificación

Conjunto de pasos ordenados que se establecen tomando en cuenta los recursos con los que cuenta una empresa y que tras su realización darán como resultado un beneficio positivo para la empresa tanto económica, mejora de calidad, procesos y reconocimiento en el mercado.

Mediante los indicadores se pueden extraer los ítems que nos facilitaran a recolectar e interpretar los datos de la indagación.

Todas las definiciones que se presentaron nos ayudan a entender mejor los indicadores, las dimensiones y los puntos clave que nos ayudan a poder realizar una investigación en la que se busca relacionar indicadores como ocurre en esta investigación, al tener claro el significado de cada uno de los términos que usaremos se podrán formular de manera más detallada las encuestas y relaciones del presente estudio.

2.2.2 Matriz de operacionalización

COSTO DE VENTAS EN RELACIÓN A LOS ESTADOS FINANCIEROS DE EMPRESAS COMERCIALES DELCALLAO 2019			
VARIABLES	DIFINICION CONCEPTUAL	DIMENSIONES	INDICADORES
COSTO DE VENTAS	En la NIC n° 2 se define el coste de adquisición de las existencias comprenderá el precio de compra, los aranceles de importación y otros impuestos (que no sean recuperables posteriormente de las autoridades fiscales), los transportes, el almacenamiento y otros costes directamente atribuibles a la adquisición de las mercaderías, los materiales o los servicios. Los descuentos comerciales, las rebajas y otras partidas similares se deducirán para determinar el coste de adquisición.	Existencias	Gestión de inventarios
			Valor de adquisiciones
COSTO DE VENTAS			Precios de venta
			Transporte
			Almacén
			Gastos de gestión
ESTADOS FINANCIEROS	Según la NIF A-1 señala que: La información financiera que emana de la contabilidad, es información cuantitativa, expresada en unidades monetarias y descriptiva, que muestra la posición y desempeño financiero de una entidad, y cuyo objetivo esencial es el de ser útil al usuario general en la toma de sus decisiones económicas. Su manifestación fundamental son los estados financieros.	Desempeño financiero	Rentabilidad
			Inversiones
			Eficiencia operacional
			Solvencia de la empresa
		Toma de decisiones	Riesgos
			Políticas de la empresa
			Gestiones de la empresa
			Planificación

2.3 Población y muestra

2.3.1 Población

Tamayo y Tamayo, (1997), "La población se define como la totalidad del fenómeno a estudiar donde la unidad de población posee una característica común la cual se estudia y da origen a los datos de la investigación" (P.114).

En base a lo establecido entendemos como población a todo el grupo de personas en base al cual vamos a establecer nuestra investigación, lo cual se determina dependiendo el tema que hemos escogido y que coincida con nuestras características buscadas.

En base a las metas y objetivos de esta indagación, la población estuvo formada por los dueños del negocio, 25 personas que acuden a diario de las empresas de la galería la cochera de lima.

2.3.2 Unidades de muestreo

Hernández et al. (2014), lo explica que la pequeña parte del total de elementos que forman el conjunto formado por diversos rasgos que llamamos población, tratando de que este mínimo porcentaje sea una fiel semejanza del conjunto total de la investigación (p. 175).

En lo mencionado se puede deducir que la muestra es tan solo una pequeña cantidad de toda nuestra población que interviene en nuestra investigación, pero se utilizará tan solo una parte con la cual se podrá aplicar nuestro instrumento y con lo obtenido será referencia para toda nuestra población. En este caso contamos con una muestra de 20 personas que pertenecen a la galería la cochera los cuales serán parte de nuestra investigación.

2.3.3 Muestra

El tipo de muestra utilizado fue probabilístico aleatorio simple, tal como lo define

Hernández et al. (2014), expresando que, en ella, todos los puntos que conforman las poblaciones tienen la misma probabilidad de ser seleccionados para la muestra, pero éste se obtiene de forma aleatoria de las unidades de muestreo (p.175).

Una vez que tenemos definida la población tomaremos una pequeña parte que recibe el nombre de muestra y esta será definida de forma aleatoria sin discriminar por ninguna característica especial u otro, esto con el fin de tener una cantidad que pueda representar a todo lo demás siendo lo más diversa y diferente posible para poder mejorar los resultados que se obtendrán.

Dónde:

	Nivel de confiabilidad	95%
N=	Total unidades de muestreo	25
=	Valor de distribución	1.96
p=	Proporción de aceptación	50%
q=	Porcentaje de no aceptación	50%
d=	Margen de error	5%

2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

2.4.1 Técnica de recolección de datos

El método para recolectar la información necesaria para esta investigación es la herramienta denominada encuesta, siendo la más óptima para poder obtener respuestas concretas sobre los temas investigados.

Méndez, M (1999) define a las fuentes y técnicas para recolección de la información como los hechos o documentos a los que acude el investigador y que le permiten tener información. También señala que las técnicas son los medios empleados para recolectar información. (p.143)

Para poder realizar investigaciones o indagaciones se necesitan diferentes recursos que nos den el soporte para obtener los datos o definiciones que necesitamos para poder dar forma a nuestro trabajo, se pueden recurrir a diferentes fuentes tales como escritas u orales, mediante las cuales podremos recolectar los datos de sucesos o acontecimientos previos que ayudan a entender mejor los aspectos a investigar.

De lo mencionado se deduce que la investigación que realizamos es primaria puesto que las encuestas serán llenadas directamente por las personas que pertenecen a nuestra muestra para luego ser procesadas.

2.4.2 Instrumentos de Recolección de Datos:

El instrumento al cual se recurrió para poder obtener los datos requeridos es el cuestionario para de esta manera poder controlar y relacionar las dimensiones que presentamos,

Según Hurtado (2000) “La selección de técnicas e instrumentos de recolección de datos implica determinar por cuáles medios o procedimientos el investigador obtendrá la información necesaria para alcanzar los objetivos de la investigación.” (p, 164).

Se puede concluir entonces que la nuestra herramienta que usaremos es fundamental para la recolección de datos, mediante las preguntas que realizaremos a nuestra muestra para poder obtener resultados de la investigación.

El instrumento se compone por 25 interrogantes las cuales se formulan a los dueños y/o gerentes; 8 interrogantes para la variable X (costo de ventas) y 12 que corresponden a Y (estados financieros), de las empresas de comerciales de la galería “la cochera” de lima.

Estadísticas de escala

Media	Varianza	Des. Desviación	N de elementos
61,0500	132,682	11,51875	25

2.4.3 Validez:

Mediante el sistema SPSS STATISTIC se buscó validar el cuestionario, se tuvo un resultado de fiabilidad que nos indica que está dentro del indicador establecido que nos indica que esta encuesta es aceptable ya que tiene un alfa de Cron Bach de 0.814.

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cron Bach	N de elementos
,814	25

2.4.4 Confiabilidad:

Según Guillermo Briones (2016), se refiere al grado de confianza o seguridad con el cual se pueden aceptar los resultados obtenidos por un investigador basado en los procedimientos utilizados para efectuar su estudio.

En base a lo expuesto se observará que es óptimo realizar la investigación puesto que las preguntas son confiables y guardan relación.

2.5 Métodos de análisis de datos

Utilice la herramienta digital estadística SPSS 25 para analizar los elementos, con el que tuvo un alfa de Cron Bach para poder tener una prueba de fiabilidad que respalde la investigación.

III. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

3.1 Recursos y presupuesto

la realización de esta indagación se hizo uso de los elementos económicos y materiales aquí mencionados:

RECURSOS	PRESUPUESTO
Libros de texto	S/ 250.00
Libros electrónicos	S/ 80.00
Hojas bond	S/ 100.00
Folders	S/ 50.00
Anillado	S/ 100.00
Impresión	S/ 150.00
Pasajes	S/ 150.00
Programas informáticos	S/ 320.00
TOTAL	S/ 1,400.00

Este proyecto tiene un presupuesto de 1,400.00 soles como se observa en el cuadro anterior, se consideraron los puntos más relevantes que intervinieron en el desarrollo de esta indagación.

3.2 Financiamiento

El financiamiento es por mérito y cuenta propia, destinados para el cumplimiento del objetivo con el fin de alcanzar el grado académico y poder culminar con este proceso educativo.

IV. RESULTADOS

Se realiza la validación de la hipótesis planteada utilizando la prueba de Correlación de Chi cuadrado que nos indica la relación óptima que tienen las variables, mientras más se aproximen a 1 los resultados y una significación menor a 0.05 indicara que tan fuerte es la relación entre ellas.

4.1 Hipótesis general

En el libro “Metodología de la investigación” de Sampieri, encontramos lo siguiente:

[...] cabe destacar que en una misma investigación es posible llevar a cabo análisis paramétricos para algunas hipótesis y variables, y análisis no paramétricos para otras. (p.304, 2014).

Esto nos indica que no a todos los planteamientos les podemos realizar un mismo proceso de evaluación o comprobación puesto que los factores que intervienen en cada uno son diferentes, es por ello que se determinan pasos y procedimientos para recolectar información diferente.

Para verificar la hipótesis se usará el método estadístico denominado Chi cuadrado (χ^2) dado que es una prueba que nos permite calcular los rasgos cualitativos de los resultados obtenidos con la encuesta, mediante las cuales se miden las variables del estudio.

Para elaborar la correlación de variables del presente estudio se proponen las siguientes hipótesis:

Hi: Los gastos deducibles se relaciona con el impuesto a la renta en las empresas del mercado José Olaya Bellavista-Callao, 2019.

Ha: Los gastos deducibles no se relaciona con el impuesto a la renta en las empresas del mercado José Olaya Bellavista-Callao, 2019.

Donde:

Sig. < 0.05, se rechazará la hipótesis nula y se aceptará la hipótesis de investigación.

Sig. > 0.05, se aceptará la hipótesis nula y se rechazará la hipótesis de investigación.

Mediante la siguiente formula se realiza el cálculo de Chi cuadrado:

$$X^2 = \frac{\sum (O_i - E_i)^2}{E_i}$$

Dónde:

X^2 = Chi cuadrado

O_i = Frecuencia observada (respuesta obtenidas del instrumento) E_i = Frecuencia esperada (respuestas que se esperaban)

La explicación ante esta fórmula es la siguiente:

Si el X^2_c es mayor que el X^2_t se acepta la hipótesis alterna y se rechaza la hipótesis nula, en caso contrario que X^2_t fuese mayor que X^2_c se acepta la hipótesis nula y se rechaza la hipótesis alterna, Hipótesis nula (H_0), Hipótesis alterna (H_a)

Dependiendo los resultados que se reflejan en lo anterior se decidirá si se aprueba la hipótesis o si se deja sin validez. Este es el método utilizado para poder descubrir si hemos formulado las hipótesis de manera adecuada o si de lo contrario debemos rehacer o modificar nuestro estudio y la manera en que se plantea.

Nivel de Significancia: 0.05

Del Chi cuadrado de Pearson entre una variable independiente representativa y la variable dependiente representativa tenemos que:

De Chi cuadrado de Pearson: $0.000 < 0.05$

Mediante la información presentada podemos continuar a procesar los datos obtenidos y con ellos obtener resultados que en siguiente instancia vamos a interpretar, sabiendo con los datos presentes si son resultados positivos o negativos para la investigación.

TABLA N^a 1. Prueba de variables de la hipótesis general

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	236,706 ^a	182	,004
Razón de verosimilitud	100,063	182	1,000
Asociación lineal por lineal	15,761	1	,000
N de casos válidos	25		

a. 210 casillas (100,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es .04.

Se plantean las siguientes hipótesis para poder realizar la correlación entre sus respectivas variables:

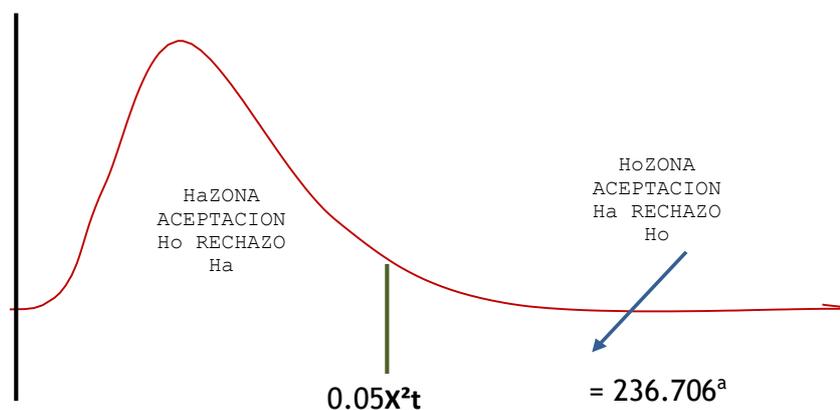
Hi: El cálculo del costo de ventas tiene relación con la elaboración de los estados financieros de empresas comerciales de la galería la cochera, 2019.

Ha: El cálculo del costo de ventas no tiene relación con la elaboración de los estados financieros de empresas comerciales de la galería la cochera, 2019.

Considerando:

Sig. < 0.05, se rechazará la hipótesis nula y se aceptará la hipótesis de investigación.

Sig. > 0.05, se aceptará la hipótesis nula y se rechazará la hipótesis de investigación



Explicación:

Conforme a lo graficado en la tabla N^a 1, se puede interpretar que p-valor = 0.004 nos expresa un grado relevante donde $p < 0.05$. Esto indica que la hipótesis principal de esta indagación entre la variable x “Costo de venta” y la variable y “estado financiero” señala una correlación positiva muy alta lo que nos indica que es aceptada y se deberá rechazar la hipótesis nula.

4.2 Hipótesis específica 1

Ha: El costo de ventas tiene relación con el desempeño financiero de las empresas comerciales de la galería la cochera, 2019.

Ho: El costo de ventas no tiene relación con el desempeño financiero de las empresas comerciales de la galería la cochera, 2019.

Tomando en cuenta que:

Sig. < 0.05, se rechazará la hipótesis nula y se aceptará la hipótesis de investigación.

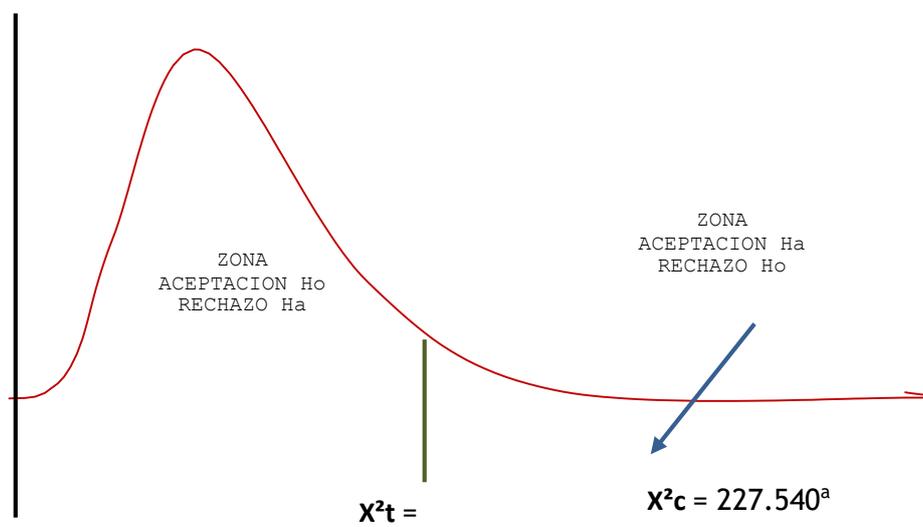
Sig. > 0.05, se aceptará la hipótesis nula y se rechazará la hipótesis de investigación.

TABLA N° 2. Hipótesis específica 1.

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	227,540 ^a	143	,000
Razón de verosimilitud	98,878	143	,998
Asociación lineal por lineal	17,844	1	,000
N de casos válidos	25		

a. 168 casillas (100,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,04.



Explicación:

Conforme a la tabla Nª 2, se observa que p-valor = 0.000 que expresa un grado importante donde $p < 0.05$. Por lo cual, la hipótesis específica 1 de la investigación entre el costo de venta y desempeño financiero, lo cual indica una correlación positiva muy llamativa. Por esta razón, aprobaremos la hipótesis de la investigación y se rechazara la nula, los resultados obtenidos nos permiten continuar con la indagación.

4.3 Hipótesis específica 2

Ha: El costo de ventas tiene relación fundamentalmente con la toma de decisiones de las empresas comerciales de la galería la cochera, 2019.

Ho: El costo de ventas no tiene relación fundamentalmente con la toma de decisiones de las empresas comerciales de la galería la cochera, 2019.

Tomando en cuenta que:

Sig. < 0.05, se rechazará la hipótesis nula y se aceptará la hipótesis de investigación.

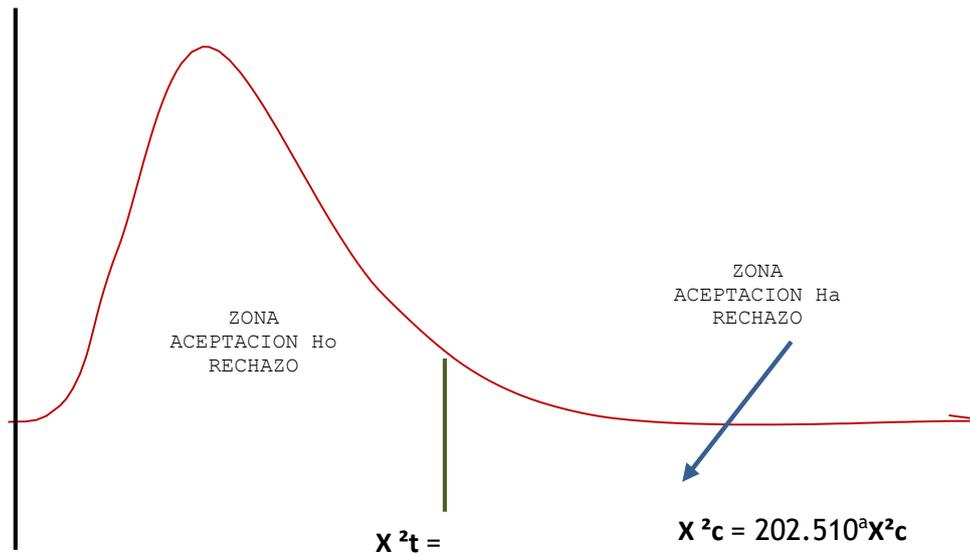
Sig. > 0.05, se aceptará la hipótesis nula y se rechazará la hipótesis de investigación.

TABLA N° 3. Hipótesis específica 2.

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	202,510 ^a	143	,001
Razón de verosimilitud	90,560	143	1,000
Asociación lineal por lineal	12,911	1	,000
N de casos válidos	25		

a. 168 casillas (100,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,04.



Interpretación:

En el gráfico de la tabla N° 3, encontramos que $p\text{-valor} = 0.001$, en el cual se interpreta un valor relevante donde $p < 0.05$. Como consecuencia, la hipótesis específica 2 de la indagación entre el costo de venta y la toma de decisiones refleja una correlación positiva óptima. Teniendo como resultado la aprobación de la hipótesis de la investigación. Y esto conlleva a el rechazo de la hipótesis nula

La presente investigación tuvo resultados positivos antes su hipótesis general y sus hipótesis específicas puesto que en dichos casos se rechazaron las hipótesis nulas y se aprobaron las hipótesis que son base para la investigación, estos datos se obtuvieron resultado de las encuestas realizadas y el análisis de sus resultados, con lo expuesto se continua con la discusión de los resultados para contrastar los resultados con investigaciones previas.

V. DISCUSIÓN

5.1. Discusión – hipótesis general

Se propuso la hipótesis “El cálculo del costo de ventas tiene relación con la elaboración de los estados financieros de empresas comerciales de la galería la cochera, 2019”. Se hizo uso de la herramienta estadística Chi cuadrado, obteniendo una relación positiva entre las variables presentes puesto que el resultado obtenido fue de 0.004, el cual se encuentra dentro del margen aceptado cuyo valor máximo es de 0.05 y una asociación lineal de 0.000. Por lo cual, se rechaza la hipótesis nula y se aprueba la hipótesis de la investigación.

Acorde al texto de Merino, V. (2016). Formulo su proyecto para sustentar su título profesional titulada “Sistema de costos y su efecto en la rentabilidad de la empresa ganadera Productos Lácteos del Norte S.A.C. del Distrito de Santiago de Cao, Año 2015”, El análisis de los resultados nos lleva a concluir que se reconoce que los costos más importantes son la de insumos debido al volumen de ingresos, de la misma manera se determinó la carencia de informes diarios correspondientes a cada categoría del ganado. En la investigación desarrollada a la empresa Productos lácteos del Norte S.A.C.se concluyo que de acuerdo a los datos reunidos a través de la entrevista que se le realizó al Gerente General de la empresa, se corrobora que no presentan un óptimo orden y distribución para calcular los costos de insumos que se recomienda se realice de manera detallada dependiendo la categoría, la cual se define con el crecimiento del ganado. Esta razón, la hipótesis es aprobada, debido a que el Sistema de Costos con respecto a la mala reorganización de costos de insumos en la empresa, genera que los costos no sean distribuidos adecuadamente, esto impide hacer cambios que le permitan reducir costos, dado que son los más influyentes, por lo tanto, esto perjudicará directamente a su costo de producción y a rentabilidad. En base a lo expuesto se contrastan los resultados y se obtienen coincidencias en las investigaciones lo que indica que las hipótesis mantienen relación y son aceptables. Lo que nos indica que el costo de ventas se relaciona con la elaboración de los estados financieros de las empresas de la cochera.

5.2. Discusión - hipótesis específica 1

Se propuso de mostrar que “El costo de ventas tiene relación con el desempeño financiero de las empresas comerciales de la galería la cochera, 2019”. Se usó la herramienta estadística Chi cuadrado, obteniendo similitud entre X e Y, con un resultado de 0.000, el cual se encuentra dentro del margen aceptado cuyo valor máximo es de 0.05 y una asociación lineal de 0.00. Como resultado, se rechaza la hipótesis nula y se aprueba la hipótesis de la investigación.

Abanto, L. (2018). Elaboro la tesis para la obtención de su título profesional titulada “Análisis financiero y su incidencia en la gestión financiera de la empresa representaciones y servicios Fernández E.I.R.L provincia de Lima año 2017. Abanto, L. (2018). Realizó la tesis para la obtención de su título profesional titulada “Análisis financiero y su incidencia en la gestión financiera de la empresa representaciones y servicios Fernández E.I.R.L provincia de Lima año 2017”, donde tuvo como objetivo general determinar la incidencia del análisis financiero en la gestión financiera de la empresa representaciones y servicios Fernández E.I.R.L provincia de Lima año 2017. Se ha considerado como hipótesis general el análisis financiero incidirá en la gestión financiera de la empresa representaciones y servicios Fernández E.I.R.L provincia de Lima año 2017. El análisis de los resultados nos lleva a concluir que el análisis financiero incide en la gestión financiera de la empresa representaciones y servicios Fernández E.I.R.L. Finalmente, se emiten conclusiones y sugerencias para lograr resultados efectivos y mejorar la rentabilidad y alcanzar los objetivos establecidos.

En base a lo expuesto se contrastan los resultados y se obtienen coincidencias en las investigaciones lo que indica que las hipótesis mantienen relación y son aceptables con referencia a la investigación que se presenta, lo cual nos indica que el costo de ventas si tiene relación con desempeño financiero.

5.3. Discusión - hipótesis específica 2

Se propuso de mostrar que “El costo de ventas tiene relación con la toma de decisiones de las empresas comerciales de la galería la cochera, 2019”. Se usó la herramienta estadística Chi cuadrado, obteniendo una relación aceptable que une a las variables con un resultado de 0.001, el cual se encuentra dentro del margen aceptado cuyo valor máximo es de 0.05 y una asociación lineal de 0.00. Como resultado, se discrimina la hipótesis nula y se aprueba la hipótesis de la investigación.

En base a la investigación de Cutipa, M. (2016). Realizó la tesis para la obtención de su título profesional titulada “Los estados financieros y su influencia en la toma de decisiones de la empresa regional de servicio público de electricidad - electro puno S.A.A. períodos 2014 – 2015”, Como $X^2_e = 11.08 > X^2_c = 9.49$, y en su investigación encontró como resultado que se acepta la H1 (Hipótesis Alternativa). Esto significa que los resultados de los estados financieros SI INFLUYEN de manera significativa en la correcta toma de decisiones financieras de la Empresa Regional de Servicio Público de Electricidad Electro Puno S.A.A. para un nivel de significancia de $\alpha = 0,05 = 5 \%$ que es equivalente a un 95% de nivel de confianza. Se acepta la primera hipótesis específica. El análisis de los resultados nos lleva a concluir que el análisis a los resultados de los Estados Financieros si influyen en la correcta toma de decisiones Financieras de la Empresa Regional de Servicios Públicos de Electricidad Electro Puno S.A.A.

Finalmente, comparando las investigaciones concluimos que existe relación entre las hipótesis presentadas y se aceptan, el costo de ventas se relaciona con la toma de decisiones, ante lo cual se infiere que el correcto o erróneo cálculo del costo de ventas se verá reflejado en las elecciones de las empresas puesto que guardan relación entre sí, por lo tanto, esta investigación guarda coherencia con el trabajo previo presentado.

VI. CONCLUSIONES

Al realizar las encuestas para poder comprobar los objetivos y las hipótesis propuestas en esta investigación llegue a las conclusiones siguientes:

1. Se demostró que el cálculo del costo de ventas tiene relación con la elaboración de los estados financieros dado que al procesar los datos mediante la herramienta Chi cuadrado se obtuvo un resultado positivo de 0.004, el cual se encuentra dentro del margen aceptado cuyo valor máximo es de 0.05 y una asociación lineal de 0.000. El correcto o erróneo cálculo del costo de venta hará que nuestros estados financieros cambian, de hacerse de manera correcta obtendremos resultados reales conforme a las actividades de la empresa, pero de realizarse de manera errónea esto significara un resultado que afectara a la empresa en aspectos como por ejemplo pago de impuesto a la renta resultantes de un periodo.

2. Se demostró que el costo de ventas tiene relación con el desempeño financiero como se demuestra en los resultados obtenidos lo cuales dieron un resultado de 0.000 ante la prueba Chi cuadrado, el cual se encuentra dentro del margen aceptado cuyo valor máximo es de 0.05 y una asociación lineal de 0.00. El costo de ventas tiene relación directa con el desempeño financiero en base a lo calculado se podrán tomar decisiones y así mismo analizar la situación de la empresa en ámbitos económicos puesto que interviene en el resultado del impuesto a las rentas.

3. Se concluye que el costo de ventas tiene relación fundamentalmente con la toma de decisiones puesto que se obtuvo un Chi cuadrado de 0.001, el cual se encuentra dentro del margen aceptado cuyo valor máximo es de 0.05 y una asociación lineal de 0.00. Solo teniendo resultados reales de la utilidad obtenida en un periodo es que se podrán tomar decisiones para realizar inversiones o cambios que lleven a mejorar el desempeño de la empresa y esto se dará gracias a un óptimo manejo del costo de ventas.

VII. RECOMENDACIONES

Por ultimo al analizar los resultados detenidamente se formulan las próximas indicaciones con el objetivo de mejorar las actividades de las empresas que tiene relación con esta investigación.

1. Se debe tener un control optimo sobre los bienes que presenta en su almacén, apoyándose en programas o métodos como Kardex o PEPS, para de esta forma tener al día sus costos, así mismo tener la información ordenada de los costos incurridos para su compra, para con estos resultados poder realizar el cálculo adecuado del costo de ventas, utilizando el método que más se adapte a la empresa lo cual se verá reflejado en los estados financieros.

2. Se recomienda implementar el cálculo del costo de venta en sus estados financieros para que se puedan tener resultados reales, para conocer cuál es el estado en el que la empresa se encuentra para con ello realizar inversiones económicas que le permitan mejorar sus ingresos y si expansión. Esto ayudara a que puedan tener una mayor solvencia económica que le permita realizar actividades de importación con mayor efecto en sus ingresos. Así mismo, deberían imponer fechas durante el año en que se presenten los estados financieros actualizados para con ellos analizar de qué manera se debe mejorar para incrementar los ingresos y el desempeño financiero.

3. Se recomienda que las decisiones se tomen luego de analizar e interpretar la posición de la empresa, a su vez el estado financiero en que se encuentre la situación del mercado en el momento, las importaciones a realizar deben realizarse una vez se tenga el respaldo económico de sí mismos sin depender en su totalidad de las entidades financieras, tomar decisiones teniendo en cuenta estos puntos servirá a encaminar a la empresa en incremento de utilidades.

REFERENCIAS

- Aumatell, C. (2012). *“Auditoría de la información: identificar y explotar la información en las organizaciones”*, Universidad Oberta de Catalunya, España.
- Zamora, A. (2011). *Rentabilidad y Ventaja Comparativa*. Editorial: EAE Editorial Academia Española, ISBN 10
- Tarazona G. (2012), *“Normas de contabilidad”*. Recuperado:www.oas.org/juridico/spanish/mesicic3_blv_contabilidad.doc
- Vera M. (2014), *“Medios de pago en el Comercio Internacional”* Almería, España.
- Baena J. (2002), *“Transporte Internacional”* 1º Edición, Barcelona, España.
- Briones, G. (2000). *“La investigación social y educativa”*. Convenio Andrés Bello. Bogotá, Colombia: Tercer Mundo Editores.
- Montoya M (2004). *“El Derecho de sociedades; Estados financieros y Aplicación de Utilidades”*. Jurídica Grijley.
- Chapí C. (2004). *“Contabilidad General; Sobre los Estados financieros”*. edit. San Marcos
- Bravo H. (2016). *“Contabilidad financiera básica”*. Edit. San Marcos
- BARFIELD, RAIBORN y KINNEY. *Contabilidad de Costos: Tradiciones e innovaciones*.
- KOHLEER, Eric. *Diccionario para Contadores*. Editorial Limusa, S.A. de C.V., Grupo Noriega Editores, Balderas 95, México, D.F., 1995, p. 187.

-Edamsa Impresiones, S.A. de C.V., México, 2005, quinta edición, p. 77.

-Julián Pérez Porto y Ana Gardey. Publicado: 2010. Actualizado: 2013.
Definicion.de: Definición de precio de venta (<https://definicion.de/precio-de-venta/>)

-Julián Pérez Porto y Ana Gardey. Publicado: 2010. Actualizado: 2012.
Definicion.de: Definición de transporte (<https://definicion.de/transporte/>)

-Julián Pérez Porto y María Merino. Publicado: 2009. Actualizado: 2009.
Definición. De: Definición de inversión (<https://definicion.de/inversion/>)

ANEXOS

Anexo 01: Matriz de consistencia

Problemas	Objetivos	Hipótesis
<p>PROBLEMA GENERAL:</p> <p>¿Qué relación tiene el cálculo del costo de venta con los estados financieros de empresas comerciales de la galería la cochera 2019?</p>	<p>OBJETIVO GENERAL:</p> <p>Determinar la relación que tiene el cálculo del costo de venta con los estados financieros de empresas comerciales de la galería la cochera 2019.</p>	<p>HIPOTESIS GENERAL:</p> <p>El cálculo del costo de ventas tiene relación con la elaboración de los estados financieros de empresas comerciales de la galería la cochera 2019.</p>
<p>PROBLEMA ESPECIFICO 1:</p> <p>¿Cómo se relaciona el cálculo del costo de venta con el desempeño financiero de las empresas comerciales de la galería la cochera 2019?</p>	<p>OBJETIVO ESPECIFICO 1:</p> <p>Analizar como el cálculo del costo de venta se relaciona con el desempeño financiero de las empresas comerciales de la galería la cochera 2019.</p>	<p>HIPOTESIS ESPECIFICA 1:</p> <p>El costo de ventas tiene relación con el desempeño financiero de las empresas comerciales de la galería la cochera 2019</p>
<p>PROBLEMA ESPECIFICO 2:</p> <p>¿Qué relación tiene el costo de ventas con la toma de decisiones de las empresas comerciales de la galería la cochera 2019?</p>	<p>OBJETIVO ESPECIFICO 2:</p> <p>Identificar la relación que tiene el costo de ventas con la toma de decisiones en las empresas comerciales de la galería la cochera 2019.</p>	<p>HIPOTESIS ESPECIFICA 2:</p> <p>El costo de ventas se relaciona fundamentalmente con la toma de decisiones de las empresas comerciales de la galería la cochera 2019.</p>

Anexo 02: Validación de expertos

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE

N°	EXISTENCIAS	DIMENSIONES / Items		Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	
1	La gestión de inventarios evita la pérdida de mercaderías por deterioro o robo.	/	/	/	/	/	/	/	/	
2	Gestionar los inventarios proporciona mayor movimiento de la mercadería para la venta.	/	/	/	/	/	/	/	/	
3	Las compras deben realizarse con comprobantes que sustenten los valores de las adquisiciones.	/	/	/	/	/	/	/	/	
4	El precio de venta debe ser determinado con un sistema en el que se tome en cuenta el valor de compra.	/	/	/	/	/	/	/	/	
	GASTOS									
5	Los costos para transportar mercaderías se deben incluir en el precio del producto.	SI	No	SI	No	SI	No	SI	No	
6	Contar con un sistema que ayude a tener un control de la mercadería con la que cuenta la empresa en su almacén.	/	/	/	/	/	/	/	/	
7	Los gastos de gestión sean referentes a las actividades de la empresa.	/	/	/	/	/	/	/	/	
8	Se deben considerar los gastos de gestión en los costos de los productos.	/	/	/	/	/	/	/	/	
	DESEMPEÑO FINANCIERO									
09	El crecimiento de las empresas debe reflejarse en la rentabilidad del período.	SI	No	SI	No	SI	No	SI	No	
10	Las inversiones se deben realizar en temporadas donde la demanda sea más alta.	/	/	/	/	/	/	/	/	
11	invertir en infraestructura para que ayude a mejorar el desempeño de la empresa.	/	/	/	/	/	/	/	/	
12	Se debería disminuir los costos mediante la eficiencia operacional.	/	/	/	/	/	/	/	/	
13	Su eficiencia operacional está reflejada en los niveles de calidad de sus actividades.	/	/	/	/	/	/	/	/	
14	Las empresas deban contar con solvencia para cumplir con sus obligaciones.	/	/	/	/	/	/	/	/	
	TOMA DE DECISIONES									
15	Los riesgos que asumen las empresas deben ser controlados y contar con una solución de respaldo.	SI	No	SI	No	SI	No	SI	No	
16	Las empresas cuenten con políticas sobre presupuesto para mejorar la proyección del período.	/	/	/	/	/	/	/	/	
17	Las políticas de venta de las empresas según las temporadas varían	/	/	/	/	/	/	/	/	
18	Las gestiones de las empresas se relacionan con los objetivos comerciales.	/	/	/	/	/	/	/	/	
19	Cada período se debe realizar una planificación para superar ingresos en relación a los anteriores.	/	/	/	/	/	/	/	/	
20	La planificación debería basarse en datos reales e históricos.	/	/	/	/	/	/	/	/	

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

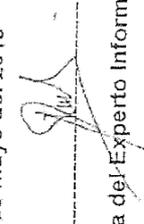
Opinión de aplicabilidad: Aplicable [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador. Dr. / Mg: JIMÉNEZ ABEL SANCHEZ DNI: 43578992

Especialidad del validador: TERCER ASESOR DNI:

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

28 de mayo del 2019
 Firma del Experto Informante. 

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE

N°	EXISTENCIAS	DIMENSIONES / Ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
			Si	No	Si	No	Si	No	
1	La gestión de inventarios evita la pérdida de mercaderías por deterioro o robo.		/		/		/		
2	Gestionar los inventarios proporciona mayor movimiento de la mercadería para la venta.		/		/		/		
3	Las compras deben realizarse con comprobantes que sustenten los valores de las adquisiciones.		/		/		/		
4	El precio de venta debe ser determinado con un sistema en el que se tome en cuenta el valor de compra.		/		/		/		
	GASTOS								
5	Los costos para transportar mercaderías se deben incluir en el precio del producto.		/		/		/		
6	Contar con un sistema que ayude a tener un control de la mercadería con la que cuenta la empresa en su almacén.		/		/		/		
7	Los gastos de gestión sean referentes a las actividades de la empresa.		/		/		/		
8	Se deben considerar los gastos de gestión en los costos de los productos.		/		/		/		
	DESEMPEÑO FINANCIERO								
09	El crecimiento de las empresas debe reflejarse en la rentabilidad del periodo.		/		/		/		
10	Las inversiones se deben realizar en temporadas donde la demanda sea más alta.		/		/		/		
11	Investir en infraestructura para que ayude a mejorar el desempeño de la empresa.		/		/		/		
12	Se debería disminuir los costos mediante la eficiencia operacional.		/		/		/		
13	Su eficiencia operacional está reflejada en los niveles de calidad de sus actividades.		/		/		/		
14	Las empresas deben contar con solvencia para cumplir con sus obligaciones.		/		/		/		
	TOMA DE DECISIONES								
15	Los riesgos que asumen las empresas deben ser controlados y contar con una solución de respaldo.		/		/		/		
16	Las empresas cuenten con políticas sobre presupuesto para mejorar la proyección del periodo.		/		/		/		
17	Las políticas de venta de las empresas según las temporadas varían		/		/		/		
18	Las gestiones de las empresas se relacionan con los objetivos comerciales.		/		/		/		
19	Cada periodo se debe realizar una planificación para superar ingresos en relación a los anteriores.		/		/		/		
20	La planificación debería basarse en datos reales e históricos.		/		/		/		

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

Opinión de aplicabilidad: Aplicable No aplicable

Apellidos y nombres del juez validador. Dr. / Mg. L.O.P.E.Z. Landauero, Rafael Arturo. DNI: 027702

Especialidad del validador:

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

28 de mayo del 2019

Firma del Experto Informante.

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE

N°	EXISTENCIAS	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		SI	No	SI	No	SI	No	
1	La gestión de inventarios evita la pérdida de mercaderías por deterioro o robo.	/		/		/		
2	Gestionar los inventarios proporciona mayor movimiento de la mercadería para la venta.	/		/		/		
3	Las compras deben realizarse con comprobantes que sustenten los valores de las adquisiciones.	/		/		/		
4	El precio de venta debe ser determinado con un sistema en el que se tome en cuenta el valor de compra.	/		/		/		
	GASTOS							
5	Los costos para transportar mercaderías se deben incluir en el precio del producto.	SI	No	SI	No	SI	No	
6	Contar con un sistema que ayude a tener un control de la mercadería con la que cuenta la empresa en su almacén.	/		/		/		
7	Los gastos de gestión sean referentes a las actividades de la empresa.	/		/		/		
8	Se deben considerar los gastos de gestión en los costos de los productos.	/		/		/		
	DESEMPEÑO FINANCIERO							
09	El crecimiento de las empresas debe reflejarse en la rentabilidad del período.	SI	No	SI	No	SI	No	
10	Las inversiones se deben realizar en temporadas donde la demanda sea más alta.	/		/		/		
11	Invertir en infraestructura para que ayude a mejorar el desempeño de la empresa.	/		/		/		
12	Se debería disminuir los costos mediante la eficiencia operacional.	/		/		/		
13	Su eficiencia operacional está reflejada en los niveles de calidad de sus actividades.	/		/		/		
14	Las empresas deben contar con solvencia para cumplir con sus obligaciones.	/		/		/		
	TOMA DE DECISIONES							
15	Los riesgos que asumen las empresas deben ser controlados y contar con una solución de respaldo.	SI	No	SI	No	SI	No	
16	Las empresas cuentan con políticas sobre presupuesto para mejorar la proyección del período.	/		/		/		
17	Las políticas de venta de las empresas según las temporadas varían	/		/		/		
18	Las gestiones de las empresas se relacionan con los objetivos comerciales.	/		/		/		
19	Cada período se debe realizar una planificación para superar ingresos en relación a los anteriores.	/		/		/		
20	La planificación debería basarse en datos reales e históricos.	/		/		/		

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador. Dr. / Mg: *Chirra, Pablo R.* DNI: *15429987*

Especialidad del validador: *Administración*

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado
²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

28 de mayo del 2019

Elvira Pérez Pineda

Firma del Experto Informante.

INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

ÍTEMS	TOTALMENTE DE ACUERDO	DE ACUERDO	NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	EN DESACUERDO	TOTALMENTE EN DESACUERDO
1. La gestión de inventarios evita la pérdida de mercaderías por deterioro o robo.					
2. Gestionar los inventarios proporciona mayor movimiento de la mercadería para la venta.					
3. Las compras deben realizarse con comprobantes que sustenten los valores de las adquisiciones.					
4. El precio de venta debe ser determinado con un sistema en el que se tome en cuenta el valor de compra.					
5. Los costos para transportar mercaderías se deben incluir en el precio del producto.					
6. Contar con un sistema ayuda a tener un control de la mercadería con la que cuenta la empresa en su almacén.					
7. Los gastos de gestión deben ser referentes a las actividades de la empresa.					
8. Se deben considerar los gastos de gestión en los costos de los productos.					
9. El crecimiento de las empresas deben reflejarse en la rentabilidad del periodo.					
10. Las inversiones se deben realizar en temporadas donde la demanda sea más alta.					
11. Invertir en infraestructura para que ayude a mejorar el desempeño de la empresa.					
12. Se debería disminuir los costos mediante la eficiencia operacional.					
13. Su eficiencia operacional está reflejada en los niveles de calidad de sus actividades.					
14. Las empresas deban contar con solvencia para cumplir con sus obligaciones.					
15. Los riesgos que asumen las empresas deben ser controlados y contar con una solución de respaldo.					
16. Las empresas cuenten con políticas sobre presupuesto para mejorar la proyección del periodo.					
17. Las políticas de venta de las empresas según las temporadas varían					
18. Las gestiones de las empresas se relaciona con los objetivos comerciales.					
19. Cada periodo se debe realizar una planificación para superar ingresos en relación a los anteriores.					
20. La planificación debería basarse en datos reales e históricos.					