



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

“Costo de producción y la rentabilidad en las empresas de
publicidad textil Distrito de San Martín de Porres, 2021”

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Contador Público

AUTOR:

Bueno Camahuali, Fiorella Stephany (ORCID: 0000-0002-6064-0785)

ASESOR:

Díaz Díaz, Donato (ORCID: 0000-0003-2436-4653)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Finanzas

LIMA – PERÚ

2021

DEDICATORIA

El presente trabajo en primera instancia va dedicado a mis padres y abuelo, por formarme como la persona que hoy en día soy, con excelentes principios y valores; de igual manera, dedicarlo a mis familiares por siempre estar a mi lado en todo momento y en el desarrollo de mi formación profesional.

AGRADECIMIENTO

A dios por permitirme culminar este logro, a mis padres y abuelo por el apoyo constante; a mis asesores de nivel académico por la sabiduría y experiencia compartida y a todos mis familiares por su motivación de siempre.

Índice de contenido

DEDICATORIA.....	I
AGRADECIMIENTO.....	II
RESUMEN.....	VI
ABSTRACT.....	VII
I. INTRODUCCIÓN.....	8
II. MARCO TEÓRICO.....	11
III. METODOLOGÍA.....	20
3.1. Tipo y diseño de investigación:.....	20
3.2. Variables y Operacionalización.....	20
3.3. Población, muestra y muestreo.....	21
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	22
3.5. Procedimientos.....	24
3.6. Método de análisis de datos.....	25
3.7. Aspectos éticos.....	25
IV. RESULTADOS.....	26
V. DISCUSIÓN.....	34
VI. CONCLUSIONES.....	39
VII. RECOMENDACIONES.....	40
REFERENCIAS.....	41
ANEXOS.....	44

Índice de tablas

Tabla 1 Validez del instrumento	23
Tabla 2 Confiabilidad de la variable costo de producción	24
Tabla 3 Confiabilidad de la variable rentabilidad	24
Tabla 4 Tabla de frecuencias y porcentajes de la dimensión Materia prima directa	26
Tabla 5 Tabla de frecuencias y porcentajes de la dimensión Mano de obra directa	26
Tabla 6 Tabla de frecuencias y porcentajes de la dimensión Costos indirectos de fabricación	27
Tabla 7 Tabla de frecuencias y porcentajes de la dimensión Utilidad	27
Tabla 8 Tabla de frecuencias y porcentajes de la dimensión Crecimiento económico	28
Tabla 9 Tabla de frecuencias y porcentajes de la dimensión Mayor ingreso ...	28
Tabla 10 Prueba de Shapiro – Wilk.....	29
Tabla 11 Validación de hipótesis general	30
Tabla 12 Validación de hipótesis específica 1	31
Tabla 13 Validación de hipótesis específica 2.....	32
Tabla 14 Validación de hipótesis específica 3.....	33

Índice figuras

<i>Figura 1 Medición Alfa de Cronbach</i>	23
---	----

RESUMEN

Esta investigación tuvo por objetivo general el determinar de qué manera el costo de producción se relaciona con la rentabilidad en las empresas de publicidad textil, fue un estudio de tipo aplicado, nivel correlacional, enfoque cuantitativo, diseño no experimental transversal. Como población tenemos a los trabajadores de las empresas de publicidad textil Distrito de San Martín de Porres, la muestra está integrada por 44 personas que resultaron de la aplicación y procedimientos de los datos aplicados en la fórmula, cumpliendo las características de instrumento.

Mediante los datos ingresados, procesados y analizados en el programa estadístico SPSS v25 se obtuvo como resultado que el costo de producción se relaciona con la rentabilidad en las empresas de publicidad textil, asimismo se usó el factor de correlación de Rho Spearman = - 0.472, donde expresa un coeficiente de correlación moderada negativa (inversa), es decir, cuando el costo de producción es alto, la rentabilidad disminuye.

Finalmente, en la presente investigación se llegó a la conclusión de que existe relación entre las variables de costo de producción y rentabilidad en las empresas de publicidad textil distrito de San Martín de Porres, 2021.

Palabras Clave: Costo de producción, rentabilidad

ABSTRACT

The general objective of this research was to determine how the cost of production is related to profitability in textile advertising companies, it was an applied study, correlational level, quantitative approach, non-experimental cross-sectional design. As population we have the workers of the textile advertising companies in the District of San Martin de Porres, the sample is composed of 44 people who resulted from the application and procedures of the data applied in the formula, fulfilling the characteristics of the instrument.

Through the data entered, processed and analyzed in the SPSS v25 statistical program, it was obtained as a result that the cost of production is related to profitability in textile advertising companies, likewise the Rho Spearman correlation factor = - 0.472 was used, where it expresses a moderate negative correlation coefficient (inverse), that is, when the cost of production is high, profitability decreases.

Finally, in the present research it was concluded that there is a relationship between the variables of production cost and profitability in textile advertising companies in the district of San Martin de Porres,2021.

Keywords: Cost of production, profitability

I. INTRODUCCIÓN

Constantemente diversas empresas se ven afectadas en lo económico por la inadecuada importancia que le brindan al sistema de costos, lo que genera con el tiempo la deficiencia de no resolver de manera adecuada el costo de los productos y no contar con resultados confiables que generan un margen de utilidad, debido a que a veces toman más en cuenta los costos que tienen sus competencias.

Es así que el costo de producción, es una herramienta fundamental que viene siendo utilizada para el cálculo de los costos que inciden en la obtención de la medición y ejecución de los indicadores por unidad de cierta producción, esta tiene la característica de optimizar recursos, funciones, estrategias, entre otras capacidades, de tal forma que el beneficio obtenido sea mayor para la empresa.

El costo de producción, es indispensable para generar costos necesarios para mantener un proyecto, esto quiere decir que con la finalidad económica de una empresa esta se encuentra relacionada con el ingreso, bienes vendidos y el costo. Este proceso permite producir lo requerido con excelencia y calidad sin malgastar recursos.

En los últimos 15 años, se observa que el costo de producción viene incrementado en todos los países, pero para algunos países los mismos se han triplicado o duplicado en los últimos 3 – 6 años como el caso de Polonia, China y Nueva Zelanda debido a que sus monedas se venían fortaleciendo en relación al dólar por consiguiente el costo de la tierra, alimento y mano de obra incrementaban.

Sin embargo, existen empresas pequeñas en Perú que no manejan el costo de producción, debido a que no cuentan con un buen control y costeo, el cual les dificulta al momento de llegar con mayor exactitud a los costos unitarios. Por lo tanto, es conveniente señalar que el costo de producción debe ser utilizado por toda empresa, para generar el costo real de producción y así se pueda determinar la rentabilidad que genera, tomar decisiones en base a la realidad. El costo de producción podría ocasionar cambios si se conoce las acciones que

ejecuta una empresa, del mismo modo que, los procedimientos y procesos que se llevan a cabo para producir bienes. Por lo tanto, el punto de partida para establecer la base del sistema de costos, el cual será diseñado y aplicado.

No obstante, la empresa se enfoca en las metas y funciones a cumplir, pero no establece el costo de producción, debido a que cuenta con un precio no estandarizado para sus productos, por lo que compran en cantidad y no analizan los precios reales, siendo este el punto donde se inicia la deficiencia, ya que no realizan un previo control del costeo por producto.

En conclusión, las entidades presentan problemas por no contar con un proceso previo antes de la producción de un producto, que generará rentabilidad. Hacen más importante y fundamental el proceso de costo de producción por cada entidad de nuestro país, deseando que tomen en cuenta el beneficio de poder emplearla de manera constante, siendo este un material de consultas para futuros proyectos y resultado de un problema para distintas entidades.

Frente a ello se detalla cómo pregunta de investigación ¿De qué manera el costo de producción se relaciona con la rentabilidad en las empresas de publicidad textil Distrito de San Martín de Porres, 2021?, además como problemas específicos : i) ¿De qué manera el costo de producción se relaciona con la utilidad en las empresas de publicidad textil? ; ii) ¿De qué manera el costo de producción se relaciona con el crecimiento económico en las empresas de publicidad textil?; iii) ¿De qué manera el costo de producción se relaciona con la obtención de mayores ingresos en las empresas de publicidad textil?

La presente investigación se basa en la deficiencia que existe en la verificación que se le da al uso de costos que se involucran de primera mano en la producción de las empresas de publicidad textil, por consiguiente, esta investigación se da para verificar cuáles son los errores más comunes que incurren en diversas empresas y así puedan generar mayor rentabilidad. También se ofrecerá alternativas a fin de solucionar dificultades socioeconómicas en empresas textiles.

La investigación será utilizada como material de consulta a futuro en el país, teniendo como fin, de hacer llegar a las empresas de publicidad textil; a

que puedan informarse y controlar mejor sus costos de producción, obteniendo una mayor rentabilidad con el tiempo. Lo cual posibilita que existe información de diversas investigaciones de conveniencia con respecto al costo de producción y rentabilidad.

Sobre los objetivos de la investigación se ha postulado como objetivo general; determinar de qué manera el costo de producción se relaciona con la rentabilidad en las empresas de publicidad textil distrito de San Martín de Porres, 2021. Y se plantearon como objetivos específicos: i) Determinar de qué manera el costo de producción se relaciona con la utilidad en las empresas de publicidad textil; ii) Determinar de qué manera el costo de producción se relaciona con la obtención de mayores ingresos en las empresas de publicidad textil; iii) Determinar de qué manera el costo de producción se relaciona con la obtención de mayores ingresos en las empresas de publicidad textil.

Finalmente llegamos a formular la hipótesis general: El costo de producción se relaciona con la rentabilidad en las empresas de publicidad textil distrito de San Martín de Porres, 2021. Así como las hipótesis específicas: H₁: La relación del costo de producción y la utilidad, se muestra de forma positiva y significativa; H₂: La relación del costo de producción y la obtención de mayores ingresos, se muestra de forma positiva y significativa, en las empresas de publicidad textil; H₃: La relación del costo de producción y el crecimiento económico, se muestra de forma positiva y significativa, en las empresas de publicidad textil.

II. MARCO TEÓRICO

En la presente investigación consideramos las referencias de las variables: costo de producción y rentabilidad.

Ríos (2016) en su artículo científico denominado “El análisis del costo de producción. Una herramienta para control y la toma de decisiones “. El autor tuvo como objetivo realizar un análisis de costos para evaluar los indicadores económicos en un determinado periodo, para poder así analizar los costos en diferentes aspectos a partir de los costos predeterminados. De esta manera facilitar las posibles alternativas de toma de decisiones para proporcionar resultados favorables. Finalmente concluye que el análisis de costo empleado determina una información muy relevante al momento de la toma de decisiones, por lo que garantiza efectividad en el proceso de negociación favoreciendo a la economía de la empresa Muebles LUDEMA.

Bayas, Masías y Hurel (2019) en su artículo científico denominado “La incidencia de los costos de producción en los resultados de la compañía Merst SA “. Los autores tuvieron un propósito de identificar los costos de venta dentro del proceso de producción, lo cual se llevó a cabo argumentando el desarrollo contable designando costo de ventas para el proceso productivo y así poder contribuir con el sistema de costeo proyectándose a un corto o mediano plazo. Por consiguiente, se determinó que el sistema de costo tradicional se utiliza para costos de productos mas no para costos de procesos debido a que los costos indirectos no están siendo considerados al momento que se asigna a cada producto. Debido a esto, los autores recomiendan que contando con un sistema de costo por procesos se obtendrá el análisis de rentabilidad para que se elabore un presupuesto completo el cual permitirá obtener un costo más exacto.

Velarde, F. (2019). *Influencia del costo de producción en la determinación del precio de venta en confecciones Luz Victoria Villavicencio Vera*. – Pimentel. Tesis presentada para optar el título profesional de contador público, teniendo como objetivo general determinar cómo influyen los costos de producción en la determinación del precio de venta de la Empresa de Confección Luz Victoria Villavicencio Vera. La conclusión más relevante, es poder implementar el sistema de costos de producción y definir el precio de venta en la empresa, lo cual

asegura previo al análisis realizado que se obtendrá un margen de ganancia y podrá mejorar en las tomas de decisiones para futuras inversiones. El tipo de metodología realizada de esta investigación es descriptivo – propositivo.

Bendezú, A y Torres, G. (2018). *Los costos de producción y su impacto en la competitividad empresarial del sector joyería del departamento de Lima*. Tesis presentada para optar el título profesional de contador, teniendo como objetivo general determinar los costos de producción y su impacto en la competitividad empresarial del sector joyería del departamento de Lima. La conclusión más relevante para la presente investigación, es saber que la parte más compleja y de consideración para asignar la elaboración del producto, son los costos indirectos, de modo que, el procedimiento más apropiado para identificar, clasificar y distribuir es el método de costeo ABC ya que permitirá mejorar la asignación de los recursos y control. El tipo de metodología realizada de esta investigación es correlacional – explicativa.

Rojas, Z. (2017). *La gestión de ventas y la rentabilidad* – Lima. Tesis presentada para optar el título profesional de licenciado en administración, teniendo como objetivo general establecer si la gestión de ventas influye en la rentabilidad de las empresas del sector comercial del distrito de la Victoria – Lima 2016. La conclusión relevante para la presente investigación, debido a los resultados obtenidos donde establecemos la idea de ventas que afecta positivamente en el grado de exposición establecido por la empresa y por ende se involucra con satisfacción en la rentabilidad de las empresas del sector. El tipo de metodología realizada de esta investigación es aplicada.

López, L. (2018). *Aplicación de un planeamiento financiero para mejorar la rentabilidad de la empresa Coesti SA estación de servicio año 2017* - Trujillo - Perú. Tesis presentada para el título profesional de contador público, teniendo como objetivo general mostrar un planeamiento financiero para mejorar la rentabilidad de la empresa COESTI S.A estación de servicio en el periodo 2017. La conclusión relevante para la presente investigación, debido al diagnóstico obtenido en las decisiones financieras tomadas por gerencia de regir el capital de trabajo de Coesti SA, se debería a la predominación de la rentabilidad de forma conveniente, y el aumento que se da periodo a periodo en la rentabilidad. El tipo de metodología realizada de investigación es inductivo – deductivo.

Nata, M y Ortega, W (2018). *Costos de producción y su incidencia en la rentabilidad de la empresa Indunevall de la ciudad de Ambato para el periodo 2017* - Santo Domingo – Ecuador. Tesis presentada para optar el título de ingeniera en Contabilidad y Auditoría, teniendo como objetivo general determinar los costos de producción y su incidencia en la rentabilidad en la empresa Indunevall. La conclusión relevante para la presente investigación, debido al resultado de los indicadores tenemos la posibilidad de ejercer un sistema de costos conjuntos, ya que se identifica su margen de beneficio por medio de la forma correcta de los costos. Por consiguiente, se adquirió una información verdadera y conveniente del proceso productivo. El tipo de metodología realizada de investigación es descriptiva.

Garcia,E y Martinez,J (2018). *Diseño de un modelo de costos de producción para microempresas de Arepas “Kepas” periodo 2018* – Cali – Colombia. Tesis presentada para optar título de contadores públicos, teniendo como objetivo general realizar una estructura de costos que nos brinde la facilidad en la toma de decisiones y controlar los recursos para una microempresa dedicada a producción y comercialización de arepas. La conclusión relevante para la presente investigación, es que por medio del estudio llevado a cabo se obtuvo que el sistema de costos que debería optar la entidad es un sistema por órdenes ya que permitirá analizar por lote la referencia de las cantidades de recursos que se necesiten para la preparación de cada elemento y así obtener una idónea distribución de gastos. El tipo de metodología realizada de investigación es deductivo.

Robayo, G (2018). *Los costos de producción y su impacto en la rentabilidad del cacao*. – Guayaquil – Ecuador. Tesis presentada para optar título de ingeniero en contabilidad y auditoría, teniendo como objetivo general analizar los costos de producción y su impacto en la rentabilidad del cacao. La conclusión relevante para la presente investigación, es destacar que existe relación de 60-40 del cacao entre el costo de producción y rentabilidad, por lo que se plantea que la producción y venta cada hectárea es 60% del precio destinado a la recuperación del costo y el 40% podría ser la utilidad. Según el estudio realizado se logró identificar que con la producción actual se obtiene una rentabilidad variada, pero con el plan de implementación y disminución de costos de control

pueda que obtengan un margen de utilidad atractivo. El tipo de metodología realizada de investigación es descriptivo.

Romero, N (2017). *Diseño de estrategias para mejorar la rentabilidad de la empresa Produarroz SA – Guayaquil – Ecuador*. Tesis presentada para optar por el título de contador público, teniendo como objetivo general diseñar estrategias para reducir los costos y márgenes de rentabilidad de la empresa Produarroz S.A. ubicada en el cantón Yaguachi para el año 2017. La conclusión relevante de la presente investigación, se debe a que la empresa no cuenta con un desarrollo en el área administrativa conveniente para demostrar un crecimiento económico, debido a que no considera poner cual es el primer paso para la realización del objetivo. Por lo tanto, se determinó que las estrategias diseñadas ayudaran a que la empresa mejore su rentabilidad. El tipo de metodología realizada de investigación de bibliografía – documental.

Jiménez, J. (2017). *Rentabilidad y estrategia en el sector del comercio al por menor de combustible – Málaga – España*. Tesis presentada para programa de doctorado, teniendo como objetivo general identificar los factores determinantes de la rentabilidad y dar a conocer lo significativo del sector de la venta de combustible y de otros sectores desde el punto financiero y operativo. La conclusión relevante de la presente investigación establece la estructura para estudiar la rentabilidad empresarial y los desempeños organizacionales de las mismas. Adaptando dimensiones para estudiar cualquier tipo de factores y dar a conocer la influencia sobre las variables que se quieren analizar. El tipo de metodología realizada de investigación es descriptivo.

Dueñas, A; Prieto, K y Sánchez, J. (2017). *Análisis de rentabilidad y riesgo de un portafolio de inversión, aplicando el modelo de Harry Markowitz. – Bogotá - Colombia*. Tesis presentada para optar por el título de especialista en administración financiera, teniendo como objetivo general determinar a partir del modelo Harry Markowitz, como un portafolio de ocho activos financieros se negocian en la bolsa de valores de Colombia - BVC atendiendo el principio de creación de riqueza o maximización de la rentabilidad para el inversionista, con una mínima variación. La conclusión relevante de la presente investigación, sobre el modelo Harry Markowitz, se debe a que el historial de los activos, no realiza una buena alternativa de transposición eficiente, debido a la evaluación

de activos con totalidad poseen la misma conducta, y no permiten que se desarrolle una combinación adecuada. Cabe mencionar que el análisis obtuvo una ineficiencia en sus activos financieros por la caída del crudo, por lo tanto, trae consigo mismo las caídas de varios sectores tanto financiero, minero, hidrocarburos entre otros. El tipo de metodología realizada de investigación es descriptivo.

Teorías relacionadas al tema, según Udolkin (2014), manifiesta que el costo de producción:

Se le denomina a la producción o proceso de la empresa que reconoce la unidad de costos mediante la elaboración de los productos, tales como los elementos de costos básicos que se involucran a continuación: el costo de la materia prima, costo de mano de obra y costo indirecto de fabricación (p.26).

Según Horngren, Ch (1988), define: “El costo de producción se define por ser medios ofrecidos y entregados a cambio de lograr un propósito específico “. (p.982)

Pabón (2012) definió:

Al reconocer que el costo de producción se origina al momento de la elaboración de un producto, que se compone de la transformación de tres elementos principales para la producción: material directo, mano de obra y costos indirectos de fabricación. (p.28).

Características del costo de producción, según Ortega (2014) indicó que:

a) Los costos fijos, son elementos que se conservan regularmente en un tiempo concreto. b) Costos variables, son los que se convierten en base a la cantidad de producir y vender habitualmente, estos se identifican como la materia prima, suministros, comisiones, entre otros. c) Costos mixtos, se reflejan al implicar el costo variable y costo fijo, para los niveles según su actividad. d) Costos totales, son los que se obtienen del costo en análisis según su objeto, lo que implica la capacidad de producción que se sumaría con los costos variables y fijos. e) Costo unitario, se define al coste término medio, que se produce promediamos el costo total entre las unidades de volumen fabricadas. (p.7)

Elementos de costo de producción: Siniestra (2015). Indica que la fabricación de los bienes se involucra directamente con la materia prima cuando llegan al producto terminado, por consiguiente, debido al empeño que dan los colaboradores para poner en uso sus instalaciones de producción. En tanto, se denomina costo de producción, a la totalidad de los gastos y cargos implicados en la elaboración de un producto. Oportunamente a fin de fabricar un producto usaremos los componentes del costo de producción, que son: Materia prima, mano de obra y costos indirectos. Estos componentes mencionados tienen importancia al momento de considerar el producto manufacturado. (p.13)

Según Reyes (2013) desde su perspectiva menciona que el costo de producción tiene que establecerse por operaciones, las cuales forman parte de la producción al momento de fabricar un producto, obteniendo una inversión adecuada al tiempo de producir un servicio o bien. De esta forma el costo de fabricación está formado por tres elementos: materia prima, mano de obra y costos indirectos de fabricación (p.12)

Materia prima Directa, Glenn, A (2005), define: “como un costo manufacturado, esta se representa por los materiales utilizado de primera mano en la fabricación de los artículos terminados “(p.94)

Mano de obra directa, Guzmán, A (2005), hace referencia a los costos que carga la empresa para cancelar los servicios de las personas que trabajan de primera mano y están relacionadas con la producción del bien. (p.123).

Costos indirectos de fabricación, Polimeni, Fabozzi y Adelberg (1997), se refiere a los costos que se emplean para aumentar materiales indirectos, tanto como la mano de obra directa y costos indirectos de fabricación que no se identifican de primera mano a la manufactura. (p.13)

Rentabilidad, según Komiya (2015), define: Como rentabilidad a la posibilidad de generar el máximo de utilidad o ganancia, para un crecimiento económico constante, así como un aumento de calidad, por este motivo, al momento de tener un negocio siempre es rentable que este genere demasiados ingresos para un área específica de la empresa, y así esta sea más rentable porque genera mayor ingreso que costo. (p.49)

Van (2013) menciona: “Fundamenta que la rentabilidad es de dos tipos: la que demuestra coherencia con las transacciones y evidencia con respecto a la adquisición. Ambos son importantes porque implican la validez total de la ejecución en la compañía “(p.138)

Apaza, M. (2011), expone que: “La rentabilidad reconoce distintos puntos de vistas y proyecciones, dado que actualmente existen criterios de lo que puede abarcar dentro de la definición en relación con las entidades. “(p.5)

Gitman (2013) manifiesta que la rentabilidad accede a que los especialistas puedan medir su productividad en las entidades, en relación al nivel de sus ventas, ya que cierto rango de activos es una inversión de los propietarios. Teniendo en cuenta que la falta de utilidades en una entidad no genera posesiones. Los propietarios, los acreedores y la administración observan mucho el incremento de sus utilidades, por lo que se ve reflejado en sus ganancias debido al gran mérito.

Resolviendo el beneficio de utilidad y rentabilidad reflejamos:

Sánchez (2013), Refiere a la rentabilidad, como una idea aplicada a cada acción económica que reúnen los mecanismos materiales, humanos y financieros con la finalidad de alcanzar efectos positivos. En donde la economía refleja el concepto de rentabilidad siempre y cuando este sea usado de manera constante y con las aproximaciones doctrinales llamaremos rentabilidad al tamaño de productividad en un tiempo especificado en donde generan ingresos. Esto conlleva a comparar la renta generada y los medios usados para la obtención de un objetivo y permitir la selección de alternativas para poder opinar de las actividades en los distintos hechos para ejecutar conforme a su indagación de prioridad a posterioridad. (p.2).

Rentabilidad Bruta

Cardenal (2014), seguido de la rentabilidad tenemos el margen bruto: Es la ganancia de las empresas después de haber pagado el costo de la mercadería vendida, según los márgenes de rentabilidad, habitualmente esta es expresada como porcentaje sobre sobre las ventas. Lo mencionado se calcula: $Ventas - Costo de la Mercadería Vendida =$

Resultado Bruto. O sea, Margen Bruto = Resultado Bruto / Ventas (párr. 3).

A continuación, se muestran las definiciones de los indicadores de la presente investigación:

- a) *Tela*: Se elabora con fibras textiles, singularmente se confecciona en una máquina, la cual sirve para preparar ropa y otros objetos.
- b) *Energía Eléctrica*: Se genera del resultado de la existencia entre la estructura de energía a consecuencia de la efectividad de dos puntos que generan la corriente.
- c) *Insumos*: Es un bien que se emplea para la productividad de otros bienes.
- d) *Sueldos trabajadores*: Se define a la remuneración que reciben los trabajadores por los servicios que prestan, el cual puede ser fijo o variable.
- e) *Gratificaciones*: Es lo que se les otorga a los trabajadores de manera extraordinaria usualmente por sus servicios prestados.
- f) *Cts.*: Se le llama al beneficio social percibido de las contingencias que otorga el cese de un trabajador. En este régimen se encuentran quienes trabajan en el sector privado excepto con las horas promedio.
- g) *Mantenimiento de máquinas*: Es una actividad que repara las fallas ocasionadas en un equipo, que ayudan a la productividad.
- h) *Materia prima indirecta*: Se determina a los componentes el cual forma parte del producto dejando de lado su identidad.

- i) *Mano de obra indirecta*: Se define cuando tiene relación con la mercancía terminada, sin embargo, esta se muestra de forma indirecta.
- j) *Utilidad neta*: Se refiere al margen de las ventas netas a favor del adquirente, la cual se afecta por los gastos financieros e impuestos.
- k) *Utilidad bruta*: Se refiere al margen bruto, o ganancia de la entidad después del costo de mercadería vendida, la cual es interpretada según el tanto por ciento sobre las ventas.
- l) *Utilidad operativa*: Se refiere al margen de rentabilidad operacional donde se refleja la realidad económica en una entidad.
- m) *Ingreso medio*: Se refiere a las diferentes medidas de las ganancias el cual adquiere la compañía por la transacción de su manufactura. Se calcula del monto total de ingresos entre unidades vendidas.
- n) *Rendimiento*: Es el porcentaje de crecimiento por el valor de una inversión más sus dividendos acumulados en un determinado tiempo.
- o) *Ingreso total*: Son los ingresos que percibe una empresa procedente de las ventas de productos, esto depende de la cantidad producida por la empresa.

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación:

El tipo de la investigación es aplicada; conforme con lo que expresa Murillo (2008), refiere que la investigación aplicada, es la que indaga el estudio de epistemología alcanzada, y en su momento que otros logran, para poder llevar a cabo y organizar el método apoyado en el estudio. El cual se obtiene con el conocimiento dando como resultado una investigación de forma precisa, estructurada y sistemática a la realidad.

El diseño de la investigación es no experimental, en vista que ninguna información de las variables será manipulada de forma intencional.

Según, Hernández, Fernández y Baptista (2010), mencionan de la investigación no experimental: “La cual las variables no se manipulan, por lo tanto, estamos hablando de un estudio donde no variamos intencionalmente las variables independientes. En consecuencia, el estudio es no experimental ya que muestra el fenómeno semejante a la proporción de su entorno natural para luego observarlos”. (p. 205).

En relación con la investigación será de Nivel Correlacional, debido a que describe la realidad y explica la relación entre las variables.

Según lo mencionado por Hernández, Fernández y Baptista (2014) se dice que “los análisis correlacionados obtenidos de la utilidad y el objetivo principal es para saber cómo se comporta la variable sabiendo la procedencia de otras variables.” (p.81)

Por consiguiente, según los datos mencionados en la presente investigación será Aplicada – no experimental – correlacional.

3.2. Variables y Operacionalización

Variable independiente: Costo de producción – Variable cuantitativa – Escala Ordinal

Variable dependiente: Rentabilidad – Variable cuantitativa – Escala Ordinal

El cuadro de operacionalización se muestra en el Anexo N° 2, que fue elaborada de acuerdo a las indicaciones mencionadas en la guía.

3.3. Población, muestra y muestreo

Población

La población a estudiar será establecida por todos los trabajadores de las empresas de publicidad textil Distrito de San Martín de Porres en el año 2021, mostrada en la siguiente lista:

EMPRESAS	EJECUTIVOS DE LAS AREAS ADMINISTRATIVAS DE FINANZAS
Agama Gonzales Domingo	5
Arte y publicidad textil sakura SAC	2
Celly color's EIRL	1
Cia import export T.M.K EIRL	3
Cintas generales SA	3
Corporacion Rodmar SAC	1
Cotton Trade SAC	3
Garcia Valdez Nancy Dolores	5
Huamani Garcia Feliciano	3
Manhattan Chemical SAC	5
Merino Lopez Emigidio	3
Polychemical company SAC	4
Publifelix SAC	2
Textiles IMJ SAC	2
Ulloa Velasquez Luis	5
TOTAL, POBLACION DE ESTUDIO	50

Fuente: Municipalidad de San Martín de Porres

Según Arias F. (2012) expone que: “La población es un grupo finito o infinito de recursos con propiedades habituales por lo cual, se obtienen amplias conclusiones de la investigación [...]” (p.81).

Criterios de Inclusión

Trabajadores que desarrollen sus labores en las áreas de administración y finanzas de las empresas de publicidad textil.

Crterios de exclusión

Trabajadores que no tenga conocimiento de las labores que se desarrollan en las áreas de administración y finanzas de las empresas de publicidad textil.

Muestra

Muestra, Tamayo (2004) hace referencia a la muestra “como un procedimiento para hallar el modelo de la muestra [...] el tamaño de la muestra” (p.105)

A fin de determinar la magnitud de la muestra se determinará mediante la aplicación de la fórmula para evitar contingencias fortuitas, la cual apoyará a descifrar la cantidad de trabajadores a encuestar.

Para lo cual se procedió a reemplazar los datos en la siguiente formulación:

$$n = \frac{z^2 * p * q * N}{E^2 * (N-1) + z^2 * p * q}$$

$$n = \frac{(1.96^2) * (0.50*0.50) * 50}{(0.05)^2 * (50-1) + (1.96^2) * (0.50*0.50)}$$

$$n = 44$$

La muestra final, está integrada por 44 personas que resultaron de la aplicación y procedimientos de los datos aplicados en la fórmula, cumpliendo las características de instrumento.

Muestreo

Es el procedimiento de muestreo es probabilístico nombrado muestreo aleatorio, por lo cual se seleccionará a los trabajadores de las empresas de publicidad textil

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

El procedimiento a utilizar en el estudio se realizará mediante la encuesta, teniendo como instrumento el cuestionario. Por lo tanto, se realizará una serie de interrogantes a una población definida con el objeto base de estudio con el objetivo de recolectar información muy relevante y eficaz para la investigación.

El instrumento seleccionado para la presente investigación fue el cuestionario, a través del cual fue aplicado de manera individual con un tiempo estimado permitiendo el recojo la información.

La validación sirvió para asegurar que se incluya la información esencial, en dicha prueba se utilizó la validez de contenido que fue sometida bajo el análisis de 3 jueces expertos.

Tabla 1 Validez del instrumento

Grado académico	Apellidos y nombres del experto	Apreciación
Dr.	Costilla Castillo Pedro Constante	Aplicable
Dra.	Gutiérrez Gutiérrez Ibeth Roxana	Aplicable
Mg.	Orellana Quispe Cristian Nasser	Aplicable

Fuente: Elaboración propia

La confiabilidad de un instrumento de medida está relacionada al nivel en que su utilización frecuente a un mismo individuo u objeto, es procesado con resultados similares. (Hernández, Fernández y Baptista,1997, pag.242)

Para realizar la confiabilidad del cuestionario se empleó el Alpha de Cronbach, a fin de comprobar y verificar que el instrumento utilizado no tenga o recopile información errada, y por ende nos lleve a conclusiones equivocadas.

El Alpha de Cronbach, es el coeficiente más utilizado para evaluar la fiabilidad de la investigación aplicada, puede tomar valores entre 0 y 1.

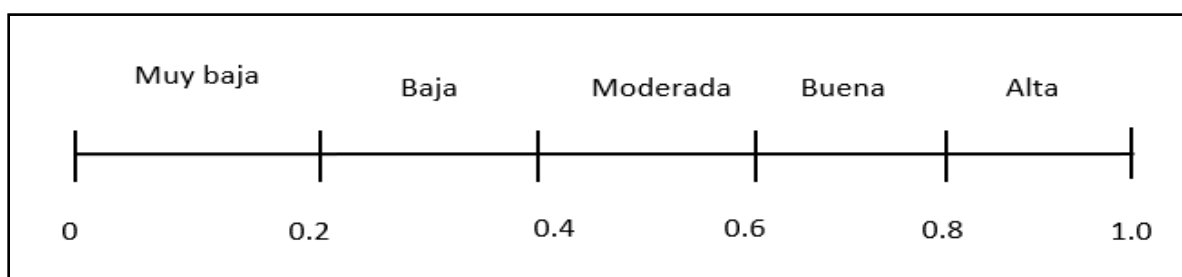


Figura 1 Medición Alfa de Cronbach

El instrumento de la variable costo de producción, está constituido por 9 ítems de 44 encuestados. La confiabilidad de la encuesta es del 95%. Para determinarlo se empleó el programa estadístico SPSS vs. 25.

Tabla 2 Confiabilidad de la variable costo de producción

<i>Estadísticas de fiabilidad</i>	
Alfa de Cronbach	N° de elementos
,854	9

Fuente: SPSS Vs.25

El factor obtenido es de 0,854, encontrándose entre 0,80 y 1,00 en definitiva, la herramienta de investigación posee una alta confianza.

En cuanto a la variable costo de producción, la confianza del instrumento se estimó mediante una encuesta a 44 ejecutivos de las áreas administrativas y finanzas de las empresas de publicidad textil, se puede decir que el cuestionario posee alta confiabilidad debido a que el coeficiente Alpha de Cronbach obtenido es del 85,4%.

El instrumento de la variable rentabilidad, consta de 9 ítems y de 44 encuestados. La confiabilidad de la encuesta es del 95%. Hacia decretar el nivel de confianza se esgrimió el aplicativo descriptivo SPSS vs.25

Tabla 3 Confiabilidad de la variable rentabilidad

<i>Estadísticas de fiabilidad</i>	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,841	9

Fuente: SPSS Vs.25

El factor obtenido es 0,841, encontrándose entre 0,80 y 1,00 en definitiva, la herramienta de investigación posee una alta confianza.

En cuanto a la variable rentabilidad, la confianza del instrumento se estimó mediante una encuesta a 44 ejecutivos de las áreas administrativas y finanzas de las empresas de publicidad textil, se puede decir que el cuestionario posee alta confiabilidad debido a que el coeficiente Alpha de Cronbach obtenido es del 84,1%.

3.5. Procedimientos

El procedimiento que se utilizará para hacer la investigación es solicitar la cantidad de empresas textiles que existen mediante un documento a la municipalidad de San Martín de Porres, luego de ello averiguar con cuántos

trabajadores del área administrativa y finanzas cuentan cada una de ellas para entablar el número de trabajadores encuestados por cada empresa de publicidad textil. Por lo cual se elaborará el instrumento de encuesta por cada variable y dimensión para obtener la recolección de información por las teorías investigadas. Por último, de la muestra ya definida se dedujo a hacer las encuestas por medio de un formulario de Google, y lograr los resultados que serán procesados en el programa SPSS vs 25.

En este punto, la confiabilidad se expresa por el grado de coherencia con que se efectúa una medición. Este es confiable después de los resultados de la aplicación de uno mismo en situaciones que no muestran variaciones significativas.

3.6. Método de análisis de datos

Para el estudio de la investigación se utilizará el software estadístico SPSS vs.25 , el cual reflejará los resultados mediante la estadística inferencial, tablas de frecuencia agrupadas y tablas cruzadas, en el que se realizará la prueba de normalidad ,y también utilizará Microsoft Excel para tabular los datos correspondientes gráficos lineales y barra; con el objetivo de determinar la información del proceso y la definición de datos, en donde se observará que tanta es la relación que existe entre nuestras variables.

3.7. Aspectos éticos

En la investigación, se cumple con el principio de ética de los autores en las distintas definiciones en tanto a la tesis, artículos científicos que se utilizaron como fuente de información, por ello se utilizará el formato APA con la finalidad de obtener resultados específicos y confiables. La información obtenida será utilizada únicamente con fin educativo a nivel universitario.

IV. RESULTADOS

En este apartado se expondrán los antecedentes recolectados, presentando como objetivo general, determinar la relación entre costo de producción y rentabilidad de las empresas de publicidad textil del distrito de San Martín de Porres.

Tabla 4 *Tabla de frecuencias y porcentajes de la dimensión Materia prima directa*

	Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Válido	REGULAR	18	40,9
	ALTO	26	59,1
	Total	44	100,0

Fuente: SPSS Vs. 25

Conforme a la tabla N° 4, con respecto a la dimensión Materia prima directa. Se señaló que, del número total de encuestados en las áreas de administración y finanzas de las empresas de publicidad textil del distrito de San Martín de Porres, un 59,1% indica que existe un alto nivel de costo con respecto a la materia prima directa, por otro lado, existe un porcentaje del 40,93% que indica que existe un nivel regular con respecto al costo de la materia prima directa. Por lo cual los costos no se identifican adecuadamente, por lo que no se determina una rentabilidad real en las empresas.

Tabla 5 *Tabla de frecuencias y porcentajes de la dimensión Mano de obra directa*

	Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Válido	REGULAR	7	15,9
	ALTO	37	84,1
	Total	44	100,0

Fuente: SPSS Vs. 25

Conforme a la tabla N° 5, con respecto a la dimensión Mano de obra directa. Se señaló que, del número total de encuestados en las áreas de

administración y finanzas de las empresas de publicidad textil del distrito de San Martín de Porres, un 84,1% indica que existe un alto nivel de costo con respecto a la mano de obra directa, por otro lado, existe un porcentaje del 15,9% que indica que existe un nivel regular con respecto al costo de la mano de obra directa. Por lo cual los costos no se identifican adecuadamente, por lo que no se determina una rentabilidad real en las empresas.

Tabla 6 Tabla de frecuencias y porcentajes de la dimensión Costos indirectos de fabricación

	Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Válido	REGULAR	10	22,7
	ALTO	34	77,3
	Total	44	100,0

Fuente: SPSS Vs. 25

Conforme a la tabla Nº 6, con respecto a la dimensión Costos indirectos de fabricación. Se señaló que, del número total de encuestados en las áreas de administración y finanzas de las empresas de publicidad textil del distrito de San Martín de Porres, un 77,3% indica que hay un alto grado en los costos indirectos de fabricación, por otro lado, existe un porcentaje del 22,7% que indica que existe un nivel regular con respecto a los costos indirectos de fabricación. Por lo cual los costos no se identifican adecuadamente, por lo que no se determina una rentabilidad real en las empresas.

Tabla 7 Tabla de frecuencias y porcentajes de la dimensión Utilidad

	Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Válido	REGULAR	13	29,5
	ALTO	31	70,5
	Total	44	100,0

Fuente: SPSS Vs. 25

Conforme a la tabla Nº 7, con respecto a la dimensión Utilidad. Se señaló que, del número total de encuestados en las áreas de administración y finanzas de las empresas de publicidad textil del distrito de San Martín de Porres, un

70,5% indica que hay un alto grado utilidad, por lo tanto, habrá mayor capital en las empresas de publicidad textil, por otro lado, existe un porcentaje del 29,5% que indica que existe un nivel regular con respecto a la dimensión utilidad, lo cual permite a la empresa poder poseer mayores ingresos. Por lo cual, a pesar del 29.5% regular las empresas no generan una buena rentabilidad.

Tabla 8 Tabla de frecuencias y porcentajes de la dimensión Crecimiento económico

	Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Válido	REGULAR	10	22,7
	ALTO	34	77,3
	Total	44	100,0

Fuente: SPSS Vs. 25

Conforme a la tabla № 8, con respecto a la dimensión Crecimiento económico. Se señaló que, del número total de encuestados en las áreas de administración y finanzas de las empresas de publicidad textil del distrito de San Martin de Porres, un 77,3% indica que existe un alto nivel con respecto a la dimensión crecimiento económico, por lo tanto, habrá mayor capital en las empresas de publicidad textil, por otro lado, existe un porcentaje del 22,7% que indica que existe un nivel regular con respecto al crecimiento económico. Por lo cual, si las empresas reconocieran sus costos serían más rentables y mostrarían un resultado más real.

Tabla 9 Tabla de frecuencias y porcentajes de la dimensión Mayor ingreso

	Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Válido	REGULAR	16	36,4
	ALTO	28	63,6
	Total	40	100,0

Fuente: SPSS Vs. 25

Conforme a la tabla № 9, con respecto a la dimensión Mayor ingreso. Se señaló que, del número total de encuestados en las áreas de administración y finanzas de las empresas de publicidad textil del distrito de San Martin de Porres,

un 63,6% indica que existe un alto nivel con respecto a la dimensión mayor ingreso, por lo tanto, habrá mayor capital en las empresas de publicidad textil, por otro lado, existe un porcentaje del 36,4% que indica que existe un nivel regular con respecto al ingreso registrado. Por lo cual, no logran sus ingresos esperados, por no identificar adecuadamente los costos.

Prueba de Normalidad

En la presente investigación se utilizó la prueba de Shapiro-Wilk, la cual diferencia la valorización de la muestra moderada en donde la estadística de orden correspondiente a la ordenación específica, establece la prueba que se utiliza para demostrar la distribución normal. (Shapiro y Wilk, 1965, citado en Oxford Reference).

H₀: Los antecedentes descienden de un repartimiento estándar.

H₁: Los antecedentes no descienden de un repartimiento estándar

Tabla 10 Prueba de Shapiro – Wilk

	Shapiro-Wilk		
	Estadístico	Gl	Sig.
Costo de producción	,517	44	,000
Materia prima directa	,491	44	,000
Mano de obra directa	,491	44	,000
Costos indirectos de fabricación	,539	44	,000
Rentabilidad	,604	44	,000
Utilidad	,572	44	,000
Crecimiento económico	,526	44	,000
Mayor ingreso	,539	44	,000

Fuente: SPSS vs. 25

La tabla Nº 10, indica que el resultado obtenido en la prueba de normalidad nos brinda una significancia de 0.00 estos valores son menores a 0.05. Se recomienda usar $p = 0.05$ para determinar si es significativo o no, es decir si $p <$

0.05 se rechaza la hipótesis nula y se acepta la alterna, mostrando que los datos no son de un repartimiento normal e integran a una prueba no paramétrica.

Prueba de Hipótesis

Para la presente investigación usaremos el estadístico no paramétrico de correlación Rho Spearman, se relaciona a la prueba estadística que es utilizada para encontrar una medida de correlación entre las dos variables, donde se explica que el coeficiente de Rho Spearman se da entre -1 y +1, por lo tanto, menciona la medición de las correlaciones así existan negativas o positivas, de ser 0 representaría que no existe correlación. Esto se aplicaría a los datos continuos que se distribuyen de forma inusual. (Schober, et al., 2018, p. 1766)

Hipótesis General

1. Planteamiento de hipótesis

H₁: El costo de producción se relaciona con la rentabilidad en las empresas de publicidad textil del distrito de San Martín de Porres, 2021.

H₀: El costo de producción no se relaciona con la rentabilidad en las empresas de publicidad textil del distrito de San Martín de Porres, 2021.

2. Nivel de significancia: $\alpha = 0.05 \rightarrow 5\%$ de margen de error.

3. Regla de decisión: $p \geq \alpha \rightarrow$ se admite la hipótesis nula H₀
 $p \leq \alpha \rightarrow$ se admite la hipótesis alterna H₁

Tabla 11 Validación de hipótesis general

Correlaciones				
			Costos de producción	Rentabilidad
Rho de Spearman	Costos de producción	Cl. de correlación	1,000	-,472
		Sig. (bilateral)	.	,005
		N	44	44
	Rentabilidad	Cl. de correlación	-,472	1,000
		Sig. (bilateral)	,005	.
		N	44	44

Fuente: SPSS vs. 25

Debido al nivel de valor de $p = 0.005$ sea menor a 0.05 , se rechaza la hipótesis nula y acepta la hipótesis alterna, el costo de producción se relaciona con la rentabilidad en las empresas de publicidad textil del distrito de San Martín de Porres. Asimismo, el factor de correlación de Rho Spearman = -0.472 , muestra que tiene un coeficiente de correlación moderada negativa (inversa), es decir, cuando el costo de producción es alto, la rentabilidad disminuye.

Hipótesis Específica 1

H₁: El costo de producción se relaciona con la utilidad en las empresas de publicidad textil del distrito de San Martín de Porres, 2021.

H₀: El costo de producción no se relaciona con la utilidad en las empresas de publicidad textil del distrito de San Martín de Porres, 2021.

Tabla 12 Validación de hipótesis específica 1

Correlaciones				
			Costos de producción	Utilidad
Rho de Spearman	Costos de producción	Cl. de correlación	1,000	-,528
		Sig. (bilateral)	.	,005
		N	44	44
	Utilidad	Cl. de correlación	-,528	1,000
		Sig. (bilateral)	,005	.
		N	44	44

Fuente: SPSS vs. 25

Debido al nivel de valor de $p = 0.005$ sea menor a 0.05 , rechaza la hipótesis nula y acepta la hipótesis alterna de que el costo de producción se relaciona con la utilidad en las empresas de publicidad textil del distrito de San Martín de Porres. Asimismo, el factor de correlación de Rho Spearman = -0.528 , presenta un coeficiente de correlación moderada negativa (inversa), es decir, cuando el costo de producción es alto la utilidad disminuye.

Hipótesis Específica 2

H₁: El costo de producción se relaciona con el crecimiento económico en las empresas de publicidad textil del distrito de San Martín de Porres, 2021

H₀: El costo de producción no se relaciona con el crecimiento económico en las empresas de publicidad textil del distrito de San Martín de Porres, 2021.

Tabla 13 Validación de hipótesis específica 2

<i>Correlaciones</i>				
			Costos de producción	Crecimiento económico
Rho de Spearman	Costos de producción	Cl. de correlación	1,000	-,419
		Sig. (bilateral)	.	,007
	N	44	44	
	Crecimiento económico	Cl. de correlación	-,419	1,000
Sig. (bilateral)		,007	.	
N		44	44	

Fuente: SPSS vs. 25

Debido al nivel de valor de $p = 0.005$ sea menor a 0.05 , se puede rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alterna, el costo de producción se relaciona con el crecimiento económico en las empresas de publicidad textil del distrito de San Martín de Porres. Asimismo, el factor de correlación de Rho Spearman es -0.419 , demostrando que el coeficiente de correlación es moderada negativa (inversa), es decir, cuando el costo de producción es alto el crecimiento económico baja.

Hipótesis Específica 3

H₁: El costo de producción se relaciona con la obtención de mayores ingresos en las empresas de publicidad textil del distrito de San Martín de Porres, 2021.

H₀: El costo de producción no se relaciona con la obtención de mayores ingresos en las empresas de publicidad textil del distrito de San Martín de Porres, 2021.

Tabla 14 Validación de hipótesis específica 3

Correlaciones

			Costos de producción	Mayor ingreso
Rho de Spearman	Costos de producción	Cl. de correlación	1,000	-,448
		Sig. (bilateral)	.	,016
		N	44	44
	Mayor ingreso	Cl. de correlación	-,448	1,000
		Sig. (bilateral)	,016	.
		N	44	44

Fuente: SPSS Vs. 25

Debido al nivel de valor de $p = 0.005$ sea menor a 0.05 , se puede rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alterna, el costo de producción se relaciona con la obtención de mayores ingresos en las empresas de publicidad textil del distrito de San Martín de Porres. Asimismo, el factor de correlación de Rho Spearman es -0.448 , visualizándose que el coeficiente de correlación es negativo (inversa), es decir, cuando el costo de producción es alto el ingreso generado baja.

V. DISCUSIÓN

El objetivo general del estudio fue determinar cómo el costo de producción se relaciona con la rentabilidad en las empresas de publicidad textil seleccionadas, con el fin de fortalecer y verificar los resultados con base teóricas.

A fin de determinar el objetivo general, se llevó a cabo la recolección de las cifras aplicando la técnica de la encuesta; por medio de un cuestionario de 18 ítems que fue validado por expertos, para poder aplicarlo a la muestra de un total de 44 trabajadores. Para poder realizar este estudio se extrajo los datos para ser llevados al sistema SPSS versión 25, en donde analizamos la prueba de confiabilidad y el coeficiente de alfa de Cronbach, obteniendo una variable independiente de un total de 9 ítems, con un nivel de confianza de 0.854 y por la variable dependiente de un total de 9 ítems, con un nivel de confianza de 0.841, lo que muestra que la herramienta utilizada tiene alta confiabilidad.

En cambio, para poder validar las hipótesis, se tienen que aceptar los datos estadísticos al deducir y monitorear la ejecución de las siguientes operaciones tales como: prueba de normalidad, y así en la presente investigación. De los 44 encuestados y la información obtenida de Shapiro Wilk, resultó un nivel de valor de p menor a 0.05, debido a ello se procedió a realizar las pruebas no paramétricas, donde indica como resultado una distribución anormal proveniente de los datos. Finalmente, se derivó a realizar la prueba de Rho Spearman, donde se detalla cual es el grado significancia, la cual expresa que si el resultado es menos de 0.05 se acepta la hipótesis alterna, se acepta y se rechaza la hipótesis nula para identificar la dependencia de una variable a la otra, para concluir la información conforme e irremplazable para la investigación.

El presente estudio fue aceptado en base a las premisas referentes asociadas a las dos variables para obtener un fundamento del argumento desarrollado en el marco teórico para verificar los datos obtenidos de la encuesta, luego de procesarla e interpretarla.

Comenzamos por constatar los antecedentes con la hipótesis general en que la muestra del costo de producción se relaciona con la rentabilidad en las empresas de publicidad textil. Como se muestra en la tabla № 11, al interpretar los resultados podemos observar que se adecua significativamente entre la variable costo de producción y rentabilidad, debido a que su nivel de significancia bilateral es de 0.005 observándose menos que a 0.05 existiendo como valor máximo permitido, en consecuencia aceptamos la hipótesis alterna (H_1) y rechazamos la hipótesis nula (H_0), además mostramos que el coeficiente arrojado por las variables es - 0.472, expresando un coeficiente de correlación moderada negativa (inversa), por lo que afirmamos que, cuando el costo de producción es alto, la rentabilidad disminuye.

El costo de producción se relaciona con la rentabilidad en las empresas de publicidad textil; además, los resultados afirman el estudio realizado por Ríos (2016) donde concluye que para poder realizar un análisis del costo que se está empleando, deben de determinar una información sumamente importante al momento de realizar la toma de decisiones, por lo que al realizarlo se podría generar una negociación que favorece a la empresa. Por otro lado, Velarde (2019) en su investigación concluye que la empresa deberá de implementar el sistema de costos de producción y con ello poder decidir el precio de venta, lo que asegura un previo al análisis realizado donde se obtendrá un margen de ganancia que mejore en las tomas de decisiones futuras.

A pesar que Robayo (2018) en su investigación, concluyo que la relación que existe entre el costo de producción y la rentabilidad del cacao es 60-40, por lo que plantea una producción y ventas de cada hectárea al 60% con un precio destinado a la recuperación del costo con una utilidad del 40%, por lo cual se logra identificar con la producción actual una rentabilidad variada, para poder así implementar y disminuir los costos de control para obtener un margen de utilidad atractivo.

A continuación, comparamos la hipótesis específica 1 que establece que el costo de producción está relaciona con la utilidad en las empresas de

publicidad textil. Conforme lo presentado en la Tabla № 12 al interpretar los resultados podemos observar que se adecua significativamente entre la variable costo de producción y dimensión de utilidad en vista que el nivel de significancia bilateral es de 0.005 notándose menor que 0.05, existiendo como valor máximo permitido, debido a esto aceptamos la hipótesis alterna (H_1) y rechazamos la hipótesis nula (H_0), además el valor de coeficiente por las variables es de -0.528, expresando un coeficiente de correlación moderada negativa (inversa), lo que significa que cuando el costo de producción es alto, la utilidad disminuye.

Es por eso que, Bayas, Masías y Hurel (2019) en su investigación, concluyen que el método de costo tradicional, es el que se emplea para el costo de producto, mas no para los costos en proceso, debido a ello los costos indirectos no son considerados al momento de asignarse a cada producto, por lo tanto, se obtiene un análisis que pueda ayudar a obtener mayor utilidad al momento de realizar un presupuesto completo que determinará un costo más exacto.

Mientras que, Bendezú y Torres (2018), en su investigación, concluyo que la causa más compleja e importante para la asignación de productos es el costo indirecto de fabricación, por lo que el método más apropiado para definir, categorizar y distribuir es el método de costos ABC, ya que permitirá la asignación y control de los recursos.

Posteriormente la hipótesis específica 2, que menciona el costo de producción se relaciona con el crecimiento económico en las empresas de publicidad textil que fueron escogidas para exponer la presente investigación. Conforme lo presentado en la Tabla № 13 al interpretar los resultados podemos observar una correlación significativa entre la variable costo de producción y la dimensión crecimiento económico, en vista que el nivel de significancia bilateral es de 0.005 notándose menor que 0.05, existiendo como valor máximo permitido, debido a esto aceptamos la hipótesis alterna (H_1) y rechazamos la hipótesis nula (H_0), además el valor de coeficiente por las variables es de - 0.419, expresando un coeficiente de correlación moderada negativa (inversa), es decir, cuando el costo de

producción es alto , el crecimiento económico disminuye en las empresas de publicidad textil.

Por ello, Romero (2017), en su investigación, expresa que Produarroz, no establece un proceso administrativo adecuado para poder realizar un desarrollo económico, debido a que no tiene establecido el principio de la realización de sus propósitos, para cual tendría que diseñar estrategias que ayudarán a un mejor crecimiento en la empresa.

También, Rojas (2017) en su investigación, concluye que gracias a los datos obtenidos se establece que el propósito para las ventas incide positivamente en el grado de exposición detectado por la entidad, por lo cual este se involucra favorablemente en las entidades del sector.

Para finalizar, tenemos la hipótesis 3, en donde menciona que el costo de producción se relaciona con la obtención de mayores ingresos en las empresas de publicidad textil que seleccionadas para desarrollar la presente investigación. Conforme lo presentado en la Tabla Nº 14 al interpretar los resultados podemos observar una correlación significativa entre la variable costo de producción y la dimensión mayores ingresos , en vista que el nivel de significancia bilateral es de 0.005 notándose menor que 0.05, existiendo como valor máximo permitido, debido a esto aceptamos la hipótesis alterna (H_1) y rechazamos la hipótesis nula (H_0), además el valor de coeficiente por las variables es de - 0.448, presenta un coeficiente de correlación moderada negativa (inversa), es decir, cuando los costos de producción son alto, la obtención de mayores ingresos disminuyen en las empresas de publicidad textil.

Por este motivo, López (2018) en su investigación deduce que debido al diagnóstico obtenido en las decisiones financieras tomadas por gerencia de regir el capital de trabajo de Coesti SA, se debería a la predominación de la rentabilidad de forma conveniente, y el aumento que se da periodo a periodo en la rentabilidad.

Por otro lado, Nata y Ortega (2018) en su investigación, concluyo que debido al resultado de los indicadores se tendrá la posibilidad de ejercer un sistema de costos conjuntos, debido a que estos se identifican con la

rentabilidad por medio de la consignación de los costos y así poder alcanzar un informe oportuno en el proceso de producción.

VI. CONCLUSIONES

A partir de la información recopilada del presente trabajo de investigación llegamos a lo siguiente:

1. Tras realizar la indagación de los resultados en la investigación se infiere que las empresas de publicidad textil, deberían de adaptar el costo de producción para que estos se apliquen directamente a la rentabilidad. Así mismo, tendría que existir un sistema de costo por actividades, para poder trabajar de manera productiva y generando mayor rentabilidad.
2. Al revisar los resultados, podemos concluir que el costo de producción se relaciona con la utilidad de las empresas de publicidad textil, dado que el uso de un sistema de costos reacciona de manera positiva en consecuencia al costo de producción, por cual esto ayuda a poder disminuir los costos y generar mayor utilidad.
3. Después de analizar, podemos concluir que el costo de producción se relaciona con el crecimiento económico de las empresas de publicidad textil, puesto que teniendo un proceso administrativo y contable adecuado evitará que las empresas comentan errores, favoreciendo a generar el crecimiento económico con mayor eficiencia.
4. Tras realizar la indagación de los resultados en la investigación se infiere que el costo de producción se relaciona con la obtención de mayores ingresos de las empresas de publicidad textil, en vista de tener que implementar o mejorar el sistema de costos, para obtener un mejor control en tanto a su materia prima y productos terminados; ya que así se estaría obteniendo mayores ingresos.

VII. RECOMENDACIONES

De acuerdo con los resultados de este estudio, llegamos a aportar lo siguiente:

1. Se propone a los empresarios seleccionar personal con conocimientos suficientes y competentes en la aplicación de normas contables y así mejorar la adaptación de los costos y ejecutar un método de costos por actividades, a fin de que se adapten a la mejora y puedan generar mayor rentabilidad en las empresas.
2. Se les sugiere a los empresarios ejecutar un método de costo de producción de manera específica, porque, con ello, se brindaría ayuda a poder mejorar la decisión a tomar, en tanto, a los importes que inciden en el área de producción y disminuyen los importes en exceso, para obtener una mayor utilidad en las empresas.
3. Durante el proceso administrativo es recomendable que los empresarios tengan un control estricto y diario en la contabilidad para poder evitar incoherencias o fraudes, por lo tanto, si se cumple lo mencionado se estaría generando un crecimiento económico favorable para las empresas.
4. Se recomienda a los empresarios a realizar un seguimiento mediante sus hojas de producción por cada actividad, llevando un buen control en los costos incurridos en la producción, ya que de esta manera se podrá controlar los inventarios y a su vez atender sus pedidos de manera óptima, obteniendo que sus ventas puedan ser atendidas con fluidez y dar un mejor servicio a sus clientes.

REFERENCIAS

- Apaza, M. (2011). "Gestión financiera empresarial: análisis, modelos y programas en Excel", Lima-Perú: editora y distribuidora real SRL.
- Bayas, K; Carey, Macías, I y Hurel, G. (2019): "La incidencia de los costos de producción en los resultados de la compañía MERST S.A.", *Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana*. En línea: <https://www.eumed.net/rev/oel/2019/04/costos-produccion-merstsa.html>
- Bendezú, A y Torres, G. (2018). *Los costos de producción y su impacto en la competitividad empresarial del sector joyería del departamento de Lima*. (Tesis pregrado), Universidad peruana de ciencias aplicadas, Lima. Recuperado de: https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/624359/Bendezu_GA.pdf?sequence=10&isAllowed=y
- Dueñas, A; Prieto, K y Sánchez, J. (2017). *Análisis de rentabilidad y riesgo de un portafolio de inversión, aplicando el modelo de Harry Markowitz*. (Tesis pregrado), Universidad Católica de Colombia, Colombia. Recuperado de: <https://repository.ucatolica.edu.co/bitstream/10983/15427/1/Analisis%20Modelo%20Harry%20Markowitz.pdf>
- García, E y Martínez, J. (2018). *Diseño de un modelo de costos de producción para microempresas de Arepas "Kepas" periodo 2018*. (Tesis pregrado), Pontifica universidad Javeriana, Colombia. Recuperado de: http://vitela.javerianacali.edu.co/bitstream/handle/11522/10062/Dise%C3%B1o_modelo_costos.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Glenn, A, (2005). *Presupuesto planificación y control* (6ta ed.) México: Pearson Education
- Horngren, Ch. (1988). *Contabilidad de Costos, un enfoque de gerencia*. (4ta ed.). México: Prentice-Hall Hispanoamericana, S.A
- Jiménez, J. (2017). *Rentabilidad y estrategia en el sector del comercio al por menor de combustible*. (Tesis doctorado). Universidad de Málaga, España. Recuperado de: file:///C:/Users/User/Downloads/TD_JIMENEZ_LOPEZ_Jose_Antonio.pdf

- López, L. (2018). *Aplicación de un planeamiento financiero para mejorar la rentabilidad de la empresa Coesti SA estación de servicio año 2017*. (Tesis pregrado). Universidad Privada del Norte, Trujillo. Recuperado de: <https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/13281/Lopez%20Brice%C3%B1o%20Lauro%20Amarildo.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Nata, M y Ortega, W (2018). *Costos de producción y su incidencia en la rentabilidad de la empresa Indunevall de la ciudad de Ambato para el periodo 2017*. (Tesis pregrado). Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Santos domingo, Ecuador. Recuperado de: https://issuu.com/pucesd/docs/9_ica_nata_ortega_trabajo_de_titula
- Polimeni, R., Fabozzi, F., Adelberg, A. y Kole, M. (1997). *Contabilidad de Costos: conceptos y aplicaciones para la toma de decisiones gerenciales*. (3ra ed.). Santa fé, Colombia: Lito Camargo Lta.
- Siniestra, G. (2015). *Contabilidad de Costos*. Colombia: Ecoe Ediciones
- Ortega, J. (2014) *Contabilidad de costos* recuperado de: <http://app.ute.edu.ec/content/347112/Libro%20Contabilidad%20de%20Costos.pdf>.
- Ríos, B. (2016) .El análisis del costo de producción. Una herramienta para el control y la toma de decisiones. *Innovación Tecnológica Vol. 22*, p1-12.
- Robayo, G (2018). *Los costos de producción y su impacto en la rentabilidad del cacao*. (Tesis pregrado). Universidad Laica Vicente Rocafuerte Guayaquil, Ecuador. Recuperado de: <http://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/2441/1/T-ULVR-2237.pdf>
- Rojas, Z. (2017). *La gestión de ventas y la rentabilidad*. (Tesis pregrado). Universidad Inca Garcilaso de la Vega, Lima. Recuperado de: <http://repositorio.uigv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.11818/2597/TESIS%20UIGV%20FINAL%20ZULLY%20ROJAS%20-%202007-05-2018.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Romero, N (2017). *Diseño de estrategias para mejorar la rentabilidad de la empresa Produarroz SA*. (Tesis pregrado). Universidad de Guayaquil, Ecuador. Recuperado de:

<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/16462/1/TESIS%20FINAL%2012%20DE%20FEBRERO..pdf>

Udolkin, S. (2014) Contabilidad de costos y de gestión. Lima. Universidad de Pacifico

Velarde, F. (2019). *Influencia del costo de producción en la determinación del precio de venta en confecciones Luz Victoria Villavicencio Vera*. (Tesis pregrado). Universidad Señor de Sipán, Pimentel. Recuperado de: <http://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/uss/6155/Velarde%20Guevara%20Fanny%20Flor.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

ANEXOS

ANEXO 1: Matriz de consistencia

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	INDICADORES	METODOLOGÍA
Problema Principal	Objetivo General	Hipótesis General	Independiente	<ul style="list-style-type: none"> - Tela - Energía Eléctrica - Insumos - Sueldo operarios - Gratificaciones - CTS - Mantenimiento de maquinas - Materia prima indirecta - Mano de obra indirecta 	DISEÑO DE ESTUDIO: NO EXPERIMENTAL – TRANSVERSAL TIPO: APLICADA ANÁLISIS DE DATOS: CORRELACIONAL MÉTODOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS: ENCUESTA - CUESTIONARIO MÉTODOS DE ANÁLISIS DE DATOS: METODO ESTADÍSTICO
¿De qué manera el costo de producción se relaciona con la rentabilidad en las empresas de publicidad textil en el Distrito de San Martín de Porres, 2021?	Determinar de qué manera el costo de producción se relaciona con la rentabilidad en las empresas de publicidad textil en el distrito de San Martín de Porres, 2021	El costo de producción se relaciona con la rentabilidad en las empresas de publicidad textil del distrito de San Martín de Porres, 2021.	Costo de Producción		
Problemas Específicos	Objetivos Específicos	Hipótesis Específicos	Dependiente	<ul style="list-style-type: none"> - Utilidad neta - Utilidad bruta - Utilidad operativa - Inversión - Bienes - Servicios - Ingreso medio - Rendimiento - Ingreso total 	
¿De qué manera el costo de producción se relaciona con la utilidad en las empresas de publicidad textil en el Distrito de San Martín de Porres, 2021?	Determinar de qué manera el costo de producción se relaciona con la utilidad en las empresas de publicidad textil en el distrito de San Martín de Porres, 2021	El costo de producción se relaciona con la utilidad en las empresas de publicidad textil del distrito de San Martín de Porres, 2021	Rentabilidad		
¿De qué manera el costo de producción se relaciona con la obtención de mayores ingresos en las empresas de publicidad textil en el Distrito de San Martín de Porres, 2021?	Determinar de qué manera el costo de producción se relaciona con la obtención de mayores ingresos en las empresas de publicidad textil en el distrito de San Martín de Porres, 2021	El costo de producción se relaciona con la obtención de mayores ingresos en las empresas de publicidad textil del distrito de San Martín de Porres, 2021			
¿De qué manera el costo de producción se relaciona con el crecimiento económico en las empresas de publicidad textil en el Distrito de San Martín de Porres, 2021?	Determinar de qué manera el costo de producción se relaciona con la obtención de mayores ingresos en las empresas de publicidad textil en el distrito de San Martín de Porres, 2021	El costo de producción se relaciona con el crecimiento económico en las empresas de publicidad textil del distrito de San Martín de Porres, 2021			

ANEXO 2: Matriz de Operacionalización de las variables

Variables	Definición Conceptual	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de medición
V. ind. Costo de producción	Pabón (2012), Están constituidos por los gastos que se originan al elaborar un producto. Por el procedimiento de transformación existen tres elementos los cuales están denominados los principales costos de producción: materiales directos, mano de obra y costos indirectos de fabricación. (p.28).	Materia prima directa	Tela	1	Escala Ordinal
			Energía Eléctrica	2	
			Insumos	3	
		Mano de obra directa	Sueldo operarios	4	
			Gratificaciones	5	
			CTS	6	
		Costos indirectos de fabricación	Mantenimiento de maquinas	7	
			Materia prima indirecta	8	
			Mano de obra indirecta	9	
V. Dep.: Rentabilidad	Komiya (2015), Es la posibilidad de generar suficiente utilidad o ganancia, crecimiento económico asignado a constante innovación y mejora de calidad, por ende, un negocio es rentable cuando este genera demasiados ingresos, para un área de alguna empresa que ya es rentable porque genera mayores ingresos que costos (p.49)	Utilidad	Utilidad neta	10	Escala Ordinal
			Utilidad bruta	11	
			Utilidad operativa	12	
		Crecimiento económico	Inversión	13	
			Bienes	14	
			servicios	15	
		Mayor ingreso	Ingreso medio	16	
			Rendimiento	17	
			Ingreso total	18	

Anexo 3: Cuestionario de la investigación

“Costo de producción y la rentabilidad en las empresas de publicidad textil Distrito de San Martín de Porres, 2021 “

Señor Trabajador sírvase responder el siguiente cuestionario en forma anónima.

Marcando su respuesta, con 1 = Muy en desacuerdo, 2 = En desacuerdo, 3 = ni de acuerdo ni en desacuerdo, 4 De acuerdo, 5 = Muy de Acuerdo

N°	Preguntas	MD	ED	NAND	DA	MA
1	La compra de la tela es parte del costo de producción de la empresa	1	2	3	4	5
2	La energía eléctrica forma parte del costo de producción de la empresa	1	2	3	4	5
3	Los insumos forman parte del costo de producción de la empresa	1	2	3	4	5
4	El sueldo de los operarios está incluido en el costo de producción de la empresa	1	2	3	4	5
5	Las gratificaciones deben incluirse dentro del costo de producción de la empresa	1	2	3	4	5
6	La Compensación de tiempo de servicios de los trabajadores debe estar incluido en el costo de producción de la empresa	1	2	3	4	5
7	Considera usted que el mantenimiento de máquinas es parte del costo fijo el cual involucra al costo de producción	1	2	3	4	5
8	Considera usted que la materia prima indirecta se puede identificar dentro del costo de producción	1	2	3	4	5
9	Considera usted que la mano de obra indirecta se encuentra involucrada dentro de la actividad productiva del costo de producción	1	2	3	4	5
10	La utilidad neta es parte del cálculo para determinar la rentabilidad de la empresa	1	2	3	4	5
11	La utilidad bruta se diferencia de los ingresos de empresa y el costo de producción.	1	2	3	4	5
12	El resultado de la utilidad operativa demuestra la eficiencia del equipo de ventas al generar la rentabilidad	1	2	3	4	5
13	La inversión es el indicador principal para hallar la ganancia obtenida de la rentabilidad.	1	2	3	4	5
14	Poder reducir el precio de los bienes ayudará a disminuir la rentabilidad	1	2	3	4	5
15	Contar con servicios de altos costos generará un resultado negativo en la rentabilidad	1	2	3	4	5
16	El crecimiento del ingreso medio generará mayor rentabilidad	1	2	3	4	5
17	Obtener rentabilidad no significa tener un alto rendimiento económico	1	2	3	4	5
18	El crecimiento del costo de producción aumentará el ingreso total de la empresa	1	2	3	4	5

ANEXO 4: Validación de instrumento



CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE: "COSTO DE PRODUCCION Y LA RENTABILIDAD EN LAS EMPRESAS DE PUBLICIDAD TEXTIL, DISTRITO SAN MARTIN DE PORRES, 2021"

N°	DIMENSIONES / Ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
DIMENSION 1: MATERIA PRIMA DIRECTA								
1	La compra de tela es parte del costo de producción de la empresa	X		X		X		
2	La energía eléctrica forma parte del costo de producción de la empresa	X		X		X		
3	Los insumos forman parte del costo de producción de la empresa	X		X		X		
DIMENSION 2: MANO DE OBRA DIRECTA								
4	El sueldo de los operarios está incluido en el costo de la producción de la empresa	X		X		X		
5	Las gratificaciones deben incluirse dentro del costo de producción de la empresa	X		X		X		
6	La compensación de tiempo de servicios de los trabajadores debe estar incluido en el costo de producción de la empresa	X		X		X		
DIMENSION 3: COSTO DE INDIRECTO DE FABRICACION								
7	Considera usted que el mantenimiento de máquinas es parte del costo fijo el cual involucra al costo de producción	X		X		X		
8	Considera usted que la materia prima indirecta se puede identificar dentro del costo de producción	X		X		X		
9	Considera usted que la mano de obra indirecta se encuentra involucrada dentro de la actividad productiva del costo de producción	X		X		X		
DIMENSION 4: UTILIDAD								
10	La utilidad neta es parte del cálculo para determinar la rentabilidad de la empresa	X		X		X		
11	La utilidad bruta se diferencia de los ingresos de empresa y el costo de producción	X		X		X		
12	El resultado de la utilidad operativa demuestra la eficiencia del equipo de ventas al generar la rentabilidad	X		X		X		
DIMENSION 5: CRECIMIENTO ECONOMICO								
13	La inversión es el indicador principal para hallar la ganancia obtenida de la rentabilidad.	X		X		X		
14	Poder reducir el precio de los bienes ayudara a disminuir la rentabilidad	X		X		X		
15	Contar con servicios de altos costos generara un resultado negativo en la rentabilidad	X		X		X		
DIMENSION 6: MAYOR INGRESO								
16	El crecimiento del ingreso medio generara mayor rentabilidad	X		X		X		
17	Obtener rentabilidad no significa tener un alto rendimiento económico	X		X		X		
18	El crecimiento del costo de producción aumentara el ingreso total de la empresa	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): EXISTE SUFICIENCIA

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

Apellidos y nombres del juez validador. **D^r/ Mg: COSTILLA CASTILLO PEDRO CONSTANTE** DNI: 09925834

Especialidad del validador: **DOCTOR EN ADMINISTRACION**

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

02 de 12 del 2020

FIRMADO

Firma del Experto Informante.

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE: "COSTO DE PRODUCCION Y LA RENTABILIDAD EN LAS EMPRESAS DE PUBLICIDAD TEXTIL, DISTRITO SAN MARTIN DE PORRES, 2021"

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
DIMENSION 1 : MATERIA PRIMA DIRECTA								
1	La compra de tela es parte del costo de producción de la empresa	X		X		X		
2	La energía eléctrica forma parte del costo de producción de la empresa	X		X		X		
3	Los insumos forman parte del costo de producción de la empresa	X		X		X		
DIMENSION 2 : MANO DE OBRA DIRECTA								
4	El sueldo de los operarios está incluido en el costo de la producción de la empresa	X		X		X		
5	Las gratificaciones deben incluirse dentro del costo de producción de la empresa	X		X		X		
6	La compensación de tiempo de servicios de los trabajadores debe estar incluido en el costo de producción de la empresa	X		X		X		
DIMENSION 3: COSTO DE INDIRECTO DE FABRICACION								
7	Considera usted que el mantenimiento de máquinas es parte del costo fijo el cual involucra al costo de producción	X		X		X		
8	Considera usted que la materia prima indirecta se puede identificar dentro del costo de producción	X		X		X		
9	Considera usted que la mano de obra indirecta se encuentra involucrada dentro de la actividad productiva del costo de producción	X		X		X		
DIMENSION 4: UTILIDAD								
10	La utilidad neta es parte del cálculo para determinar la rentabilidad de la empresa	X		X		X		
11	La utilidad bruta se diferencia de los ingresos de empresa y el costo de producción	X		X		X		
12	El resultado de la utilidad operativa demuestra la eficiencia del equipo de ventas al generar la rentabilidad	X		X		X		
DIMENSION 5: CRECIMIENTO ECONOMICO								
13	La inversión es el indicador principal para hallar la ganancia obtenida de la rentabilidad.	X		X		X		
14	Poder reducir el precio de los bienes ayudará a disminuir la rentabilidad	X		X		X		
15	Contar con servicios de altos costos generará un resultado negativo en la rentabilidad	X		X		X		
DIMENSION 6: MAYOR INGRESO								
16	El crecimiento del ingreso medio generará mayor rentabilidad	X		X		X		
17	Obtener rentabilidad no significa tener un alto rendimiento económico	X		X		X		
18	El crecimiento del costo de producción aumentará el ingreso total de la empresa	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): EXISTE SUFICIENCIA

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

Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mg: IBETH ROXANA GUTIERREZ GUTIERREZ DNI: 47178229

Especialidad del validador: CONTADORA

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

02 de 12 del 2020

FIRMADO

Firma del Experto Informante.

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE: "COSTO DE PRODUCCION Y LA RENTABILIDAD EN LAS EMPRESAS DE PUBLICIDAD TEXTIL, DISTRITO SAN MARTIN DE PORRES, 2021"

Nº	DIMENSIONES / Items	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		SI	No	SI	No	SI	No	
DIMENSIÓN 1 : MATERIA PRIMA DIRECTA								
1	La compra de tela es parte del costo de producción de la empresa							
2	La energía eléctrica forma parte del costo de producción de la empresa							
3	Los insumos forman parte del costo de producción de la empresa							
DIMENSIÓN 2 : MANO DE OBRA DIRECTA								
4	El sueldo de los operarios está incluido en el costo de la producción de la empresa							
5	Las gratificaciones deben incluirse dentro del costo de producción de la empresa							
6	La compensación de tiempo de servicios de los trabajadores debe estar incluido en el costo de producción de la empresa							
DIMENSIÓN 3: COSTO DE INDIRECTO DE FABRICACION								
7	Considera usted que el mantenimiento de máquinas es parte del costo fijo el cual involucra al costo de producción							
8	Considera usted que la materia prima indirecta se puede identificar dentro del costo de producción							
9	Considera usted que la mano de obra indirecta se encuentra involucrada dentro de la actividad productiva del costo de producción							
DIMENSIÓN 4: UTILIDAD								
10	La utilidad neta es parte del cálculo para determinar la rentabilidad de la empresa							
11	La utilidad bruta se diferencia de los ingresos de empresa y el costo de producción							
12	El resultado de la utilidad operativa demuestra la eficiencia del equipo de ventas al generar la rentabilidad							
DIMENSIÓN 5: CRECIMIENTO ECONOMICO								
13	La inversión es el indicador principal para hallar la ganancia obtenida de la rentabilidad.							
14	Poder reducir el precio de los bienes ayudará a disminuir la rentabilidad							
15	Contar con servicios de altos costos generará un resultado negativo en la rentabilidad							
DIMENSIÓN 6: MAYOR INGRESO								
16	El crecimiento del ingreso medio generará mayor rentabilidad							
17	Obtener rentabilidad no significa tener un alto rendimiento económico							
18	El crecimiento del costo de producción aumentará el ingreso total de la empresa							

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Si hay suficiencia

Opinión de aplicabilidad: Aplicable Aplicable después de corregir No aplicable

Apellidos y nombres del juez validador. Dni: Dr. Castellanos, Duxque Cristian Nazari DNI: 40448088

Especialidad del validador: Finanzas

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

04 de DIC del 20 20


 Firma del Experto Informante.

ANEXO 5: Base de datos

Variable Costo de producción Base de datos – Variable Rentabilidad

ENCUESTADOS	V1: COSTO DE PRODUCCIÓN								
	D1: MATERIA PRIMA DIRECTA			D2: MANO DE OBRA DIRECTA			D3: COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN		
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9
1	5	4	4	5	5	5	5	5	4
2	5	5	4	4	5	5	4	5	3
3	5	4	5	4	5	5	4	4	4
4	4	4	3	4	4	4	4	3	4
5	5	5	4	4	5	5	4	5	3
6	4	4	3	4	4	4	4	3	3
7	4	4	3	4	4	4	4	3	4
8	4	4	5	4	4	4	4	4	3
9	4	4	3	4	4	4	4	3	4
10	5	5	5	5	5	5	5	5	3
11	4	4	4	5	4	4	5	5	4
12	4	4	3	3	4	4	3	3	4
13	4	5	4	5	4	4	5	5	4
14	4	4	4	5	4	4	5	5	3
15	4	5	4	3	4	4	3	3	2
16	5	5	4	4	5	5	4	4	3
17	4	4	3	3	4	4	3	3	4
18	5	5	4	3	5	5	3	3	4
19	4	4	3	4	4	4	4	5	4
20	5	4	5	5	5	5	5	4	5
21	5	5	5	5	5	5	5	5	4
22	4	3	4	4	4	4	4	3	2
23	4	3	5	3	4	4	3	2	2
24	4	3	5	4	4	4	4	3	2
25	4	3	4	4	4	4	4	3	2
26	4	4	4	4	4	4	4	5	4
27	5	5	5	5	5	5	5	5	3
28	3	2	4	4	3	3	4	4	3
29	4	5	4	4	4	4	4	3	4
30	5	4	5	3	5	5	3	3	4
31	4	5	5	4	4	4	4	4	3
32	4	4	4	5	4	4	5	5	4
33	3	5	5	4	3	3	4	4	3
34	5	4	5	4	5	5	4	4	5
35	4	5	5	4	4	4	4	4	3
36	4	4	4	4	4	4	4	5	4
37	5	5	5	5	5	5	5	5	3
38	3	2	4	4	3	3	4	4	3
39	4	5	4	4	4	4	4	3	4
40	5	4	5	3	5	5	3	3	4
41	4	5	5	4	4	4	4	4	3
42	4	4	4	5	4	4	5	5	4
43	3	5	5	4	3	3	4	4	3
44	5	4	5	4	5	5	4	4	5

ENCUESTADOS	V2: RENTABILIDAD								
	D1: UTILIDAD			D2: CRECIMIENTO ECONÓMICO			D3: MAYOR INGRESO		
	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18
1	5	4	4	5	5	4	4	4	5
2	3	4	3	5	3	4	5	4	5
3	4	5	4	5	4	5	3	5	5
4	5	5	4	4	5	5	4	5	4
5	3	4	3	5	3	4	5	4	5
6	3	4	3	4	4	4	3	4	4
7	5	5	4	4	5	5	4	5	4
8	4	5	3	4	4	5	5	5	4
9	3	4	4	4	5	4	4	4	4
10	5	5	3	5	5	5	5	5	5
11	4	5	4	4	4	5	5	5	4
12	3	4	4	4	5	4	4	4	4
13	5	5	4	4	5	5	4	5	4
14	4	4	3	4	4	4	4	4	4
15	4	3	2	4	4	3	4	3	4
16	5	4	3	5	5	4	4	4	5
17	3	4	4	4	5	4	4	4	4
18	4	5	4	5	4	5	3	5	5
19	5	4	4	4	5	4	4	4	4
20	4	5	5	5	5	5	4	5	5
21	5	5	4	5	5	5	5	5	5
22	4	3	2	4	3	3	4	3	4
23	3	4	2	4	4	4	4	4	4
24	5	5	2	4	5	5	3	5	4
25	4	4	2	4	3	4	4	4	4
26	4	5	4	4	4	5	5	5	4
27	5	5	3	5	5	5	5	5	5
28	4	3	3	3	5	3	5	3	3
29	3	3	4	4	4	3	4	3	4
30	4	5	4	5	5	5	4	5	5
31	4	3	3	4	3	3	4	3	4
32	4	4	4	4	4	4	4	4	4
33	4	4	3	3	3	4	4	4	3
34	4	5	5	5	5	5	4	5	5
35	5	5	3	4	4	5	5	5	4
36	4	5	4	4	4	5	5	5	4
37	5	5	3	5	5	5	5	5	5
38	4	3	3	3	5	3	5	3	3
39	3	3	4	4	4	3	4	3	4
40	4	5	4	5	5	5	4	5	5
41	4	3	3	4	3	3	4	3	4
42	4	4	4	4	4	4	4	4	4
43	4	4	3	3	3	4	4	4	3
44	4	5	5	5	5	5	4	5	5

Anexo 6: Estadístico

Confiabilidad de los ítems de la variable costo de producción

<i>Estadísticas de total de elemento</i>				
	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
1. La compra de la tela es parte del costo de producción de la empresa.	36,98	22,589	,757	,825
2. La energía eléctrica forma parte del costo de producción de la empresa.	37,90	25,579	,173	,877
3. Los insumos forman parte del costo de producción de la empresa.	37,20	23,344	,470	,848
4. El sueldo de los operarios está incluido en el costo de producción de la empresa.	36,98	22,589	,757	,825
5. Las gratificaciones deben incluirse dentro del costo de producción de la empresa.	36,98	22,589	,757	,825
6. La Compensación de tiempo de servicios de los trabajadores debe estar incluido en el costo de producción de la empresa.	36,98	22,589	,757	,825
7. Considera usted que el mantenimiento de máquinas es parte del costo fijo el cual involucra al costo de producción.	36,90	23,221	,510	,844
8. Considera usted que la materia prima indirecta se puede identificar dentro del costo de producción.	37,75	21,936	,503	,849
9. Considera usted que la mano de obra indirecta se encuentra involucrada dentro de la actividad productiva del costo de producción.	36,98	24,846	,395	,852

Fuente: SPSS Vs.25.

Confiabilidad de los ítems de la variable rentabilidad

<i>Estadísticas de total de elemento</i>				
	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
1. La utilidad neta es parte del cálculo para determinar la rentabilidad de la empresa.	37,45	24,767	,298	,846
2. La utilidad bruta se diferencia de los ingresos de empresa y el costo de producción.	37,80	22,728	,391	,844
3. El resultado de la utilidad operativa demuestra la eficiencia del equipo de ventas al generar la rentabilidad.	37,65	22,233	,668	,816
4. La inversión es el indicador principal para hallar la ganancia obtenida de la rentabilidad.	37,38	23,881	,453	,834
5. Poder reducir el precio de los bienes ayudará a disminuir la rentabilidad.	37,45	23,126	,489	,831
6. Contar con servicios de altos costos generará un resultado negativo en la rentabilidad.	37,83	21,533	,457	,840
7. El crecimiento del ingreso medio generará mayor rentabilidad.	37,53	22,358	,626	,819
8. Obtener rentabilidad no significa tener un alto rendimiento económico.	37,60	19,990	,775	,801
9. El crecimiento del costo de producción aumentará el ingreso total de la empresa.	37,65	22,233	,668	,816

Fuente: SPSS Vs.25.



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, DIAZ DIAZ DONATO, docente de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de CONTABILIDAD de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA NORTE, asesor de Tesis titulada: "COSTO DE PRODUCCION Y LA RENTABILIDAD EN LAS EMPRESAS DE PUBLICIDAD TEXTIL DISTRITO DE SAN MARTIN DE PORRES ,2021", cuyo autor es BUENO CAMAHUALI FIORELLA STEPHANY, constato que la investigación cumple con el índice de similitud establecido, y verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

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

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

LIMA, 21 de Diciembre del 2021

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
DIAZ DIAZ DONATO DNI: 08467350 ORCID 0000000324364653	Firmado digitalmente por: DIAZDI29 el 21-12-2021 12:47:37

Código documento Trilce: TRI - 0239336