



## **Mejora en la determinación del costo de venta y su efecto en la rentabilidad de las PYME; análisis de caso en Comercio y Servicios Industriales JJ Perú S.R.L.**

### **Improved determination of cost of sales and its effect on the profitability of SMEs; Case analysis at Comercio y Servicios Industriales JJ Perú S.R.L.**

#### **Autores:**

**Jeffre Gianpierre Urbina Soto**, Bachiller en Ciencias Contables y Financieras, auxiliar contable de Comercio y Servicios Industriales JJ Perú S.R.L., [jeffre.urbina@hotmail.com](mailto:jeffre.urbina@hotmail.com) - ORCID: 0000-0001-7614-0243

**Yuri Gagarín Gonzales Rentería**, Doctor en Contabilidad y Finanzas, Docente Principal en Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, [ygonzalesr@uladech.edu.pe](mailto:ygonzalesr@uladech.edu.pe) - ORCID: 0000-0002-6859-7996

#### **RESUMEN**

No cabe duda que para lograr los objetivos empresariales, un manejo de los costos siempre debe estar presente y notarse en la rentabilidad económica, los responsables tienen que tener el compromiso, conocimientos y un manejo adecuado de estos con la finalidad de evitar riesgos que alteren el costo de venta y por consecuencia afecte la rentabilidad; el objetivo de la investigación fue: determinar los efectos del costo de venta en la rentabilidad de las PYME del sector comercio del Perú, Caso: COMERCIO Y SERVICIOS INDUSTRIALES JJ PERU S.R.L. – Chimbote 2023; y proponer mejoras, la metodología empleada consistió en un enfoque cualitativo, de nivel descriptivo y de estudio de caso, se aplicó la técnica de la revisión bibliográfica y de la entrevista a través de un cuestionario. Los resultados demuestran que para tener una rentabilidad beneficiosa se debe contar con un costo de venta adecuado aplicando un cálculo correcto, dando así que, si el costo de venta presenta alteraciones, genera un efecto sobre la rentabilidad positivo o negativo. También se encontró una debilidad, que al no considerar costos involucrado en la compra de mercaderías y no realizar un inventario, no permitirá conocer un costo de venta exacto, determinando así una rentabilidad no fehaciente. Concluyendo que existen falencias en el manejo y control de sus costos, generando esto que se determine una rentabilidad no precisa, en base al no considerar costos que son parte de las mercaderías, como también inventarios que son fundamental para la determinación de un costo de venta. Palabras clave: Costo de venta, rentabilidad, manejo adecuado, determinar

#### **ABSTRACT**

There is no doubt that to achieve business objectives, cost management must always be present and be noted in the economic profitability, those responsible must have the commitment, knowledge and adequate management of these in order to avoid risks that alter the cost of sale and consequently affects profitability; The objective of the research was: to determine the effects of the cost of sales on the profitability of SMEs in the commerce sector of Peru, Case: COMERCIO Y SERVICIOS INDUSTRIALES JJ PERU S.R.L. – Chimbote 2023; and propose improvements, the methodology used consisted of a qualitative approach, descriptive level and case study, the technique of bibliographic review and interview was applied through a questionnaire. The results show that to have a beneficial profitability you must have an adequate



cost of sale by applying a correct calculation, thus giving that, if the cost of sale presents alterations, it generates a positive or negative effect on profitability. A weakness was also found, that by not considering costs involved in the purchase of merchandise and not carrying out an inventory, it will not allow knowing an exact sales cost, thus determining an unreliable profitability. Concluding that there are shortcomings in the management and control of costs, generating an inaccurate profitability, based on not considering costs that are part of the merchandise, as well as inventories that are fundamental for determining a cost of sale.

**Keywords:** Cost of sale, profitability, proper management, determine.

## **PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

### **Descripción del problema**

Con el fin de poder identificar algunas características de la pequeñas y medianas empresas en el mundo, Carter (2022) nos indica que alrededor del mundo las Pymes representan un total del 90% de las empresas y con ello generando el 50% puestos de trabajo de la población económicamente activa, desempeñando un papel muy importante en la economía. Cabe mencionar también que las Pymes formales aportan alrededor del 40% de la renta nacional en las empresas emergentes. El banco mundial también señala que una de las principales trabas que atraviesan las Pymes en el mundo es la difícil obtención de préstamos en comparación con sus competidores más grandes, haciendo esto que muchas veces recurran a fondos propios, de familiares y ahorros personales. En 2020 las pequeñas empresas representaron alrededor del 99.9% de todas las empresas en Estados Unidos, generando esto empleos formales por 1.6 millones de nuevos puesto de trabajo. Las mypes tuvieron un incremento de un 2.1% entre los periodos 2019 y 2020.

Arbache, et al. (2023) nos brinda otra visión de la Pymes en América Latina, indicando que son una fuente principal y de gran representatividad, similar con lo que ocurre en gran parte del mundo. No obstante, estas empresas de escala reducida enfrentan día a día un sinnúmero de retos con el único propósito de poder aumentar su productividad y competitividad ante el mercado económico. Según cifras de la Comisión Económica para América Latina (CEPAL) las Pymes son importantes por que apoyan con la contribución de la tercera parte del empleo en la región, siendo esto muy similar con las aportaciones de empleo que realizan sus pares europeos. Por otra parte las Pymes de la región solo alcanzan con la quinta parte de la producción, muy lejano en comparación de las empresas europeas quienes contribuyen con el 50% de la producción, de igual forma en comparativa de materia de exportación estas alcanzan solamente rondan el 5% muy por debajo del 40% que llegan sus similares europeos.

Arbache, et al. (2023) en Argentina, el escenario en que participan las Pymes vienen sufriendo una gran volatilidad en los últimos 10 años, esto hace que se generen muchos escenarios que no son favorables tanto para las grandes, pequeñas y medianas empresas. Ante esta situación no tan prometedora para las Pymes, estas tienen una representación de un 17% del entorno empresarial nacional, cumpliendo con una labor importante ante esta crisis, ya que estas son grandes generadoras de empleo, sin embargo estos puesto de trabajo tiene la particularidad de no ser de un entorno estables, cuyo principal motivo de esto son las circunstancias que el país. Lo rescatable de esto es que Argentina es un país que tiene un gran nivel de formalidad en comparación con los países vecinos de América Latina, esto permite y brinda que se puedan



adoptar medidas de apoyo con el fin de poder surgir a las empresas y que se puedan realizar un seguimiento a estas.

A fin de identificar algunas características, la Sociedad de Cámara de Comercio Exterior del Perú (2021) nos muestra que son una parte vital del entorno empresarial en el Perú contribuyendo al desarrollo de la PEA (población económicamente activa), generando incremento en el PBI y aportando en la disminución de la pobreza. No obstante esta situación se vio reflejada por la serie crisis económica y sanitaria que enfrentó el mundo por la COVID-19 en el 2020 y el Perú no fue la excepción y esta se vio afectada en gran medida por las restricciones adoptadas por el gobierno.

Asimismo, en el país se encuentran diversas actividades económicas de las cuales según Sociedad de Cámara de Comercio Exterior del Perú (2022) nos indica que estas se clasifican según el sector y departamento en las que estas realizan sus actividades, en cuanto a la distribución se encuentra que un 49% de las empresas formales e informales tiene como actividad económica principal el sector servicios, un 34% se encuentra en la actividad comercial, un 14% a lo que es producción y solo un 3% de estas tiene dos actividades comerciales tanto productivas como comerciales. Por otro parte la provincia de Lima es la que mayor número de empresas concentra con alrededor de un 12.4% del total, seguidas por los departamentos de Piura, Lambayeque, Loreto e Ica, representando estas provincias entre un 5% y 7% del total. En cuanto a las empresas que tienen dos actividades comerciales tanto de servicios como de comercio, estas han sufrido una reducción del índice de capacidad formal respecto del periodo 2019, en cuanto a las provincias de Ancash y Madre de Dios estas muestran un mayor índice de capacidad formal, lo que esto se traduce en que se generen un mayor número de empresas con alto nivel de capacidad formal, traducéndose en que se muestren en mejores prácticas contables y un mayor desarrollo de las actividades económicas. A lo largo del tiempo, estas empresas han sufrido un cambio significativo por ello es importante señalar que el Ministerio de la Producción (2021) nos muestra que, en el mundo empresarial, las empresas formales representan un 99.5% del total de las empresas, siendo estas el 95.6% consideradas como microempresas, un 3.8% pequeñas empresas y un número reducido de 0.1% consideradas medianas empresas. En cuanto a las empresas que tienen su actividad económica de tipo comercial y servicios representan un 85.2%, el resto de actividades comerciales tanto productivas, construcción, pesca, minera y agropecuaria representan un 14.8%. Estas empresas son las principales generadoras de la PEA (población económicamente activa) con casi el 91%. Entre los últimos años el número de las empresas formales ha sufrido un crecimiento promedio anual del 4.1%, sin embargo, en el periodo 2020 ante la crisis sanitaria estas sufrieron una disminución importante del 25.1% con respecto al periodo anterior. Sin embargo, en el periodo 2021 las empresas formales participaron con el 31.2% del valor agregado nacional.

Asimismo, muchas empresas en el Perú ante la grave crisis económica y sanitaria sufrieron un duro golpe en sus principales actividades económicas, esto conllevó que al no poder realizar sus actividades comerciales con normalidad por las restricciones impuestas por el gobierno de turno muchas empresas decidieron dar un giro distinto a sus principales actividades económicas, con el fin de poder obtener mayores rentabilidades estas recurrieron a realizar sus labores en la informalidad en el mercado peruano. Esto genera que al seguir manteniendo trabajando en la informalidad no permita realizar y manejar un adecuado control de los costos que maneja una actividad económica, en muchos casos generando distorsión en hechos



comerciales tanto como compras de materiales, insumos y otros gastos, siendo esto perjudicial por que repercute en que no se consideren costos y gastos alterando la rentabilidad de las empresas y no permita evaluar de forma adecuada la eficiencia de los resultados y la toma de decisiones. Por ello es importante analizar el costo de venta, como nos explica Perucontable (2023) comprende la cantidad de dinero que una empresa destina para la compra de materiales e insumos con el fin de producir productos que serán destinados a la venta, estos son en términos sencillos los costos de materiales, mano de obra destinada a la producción y otro gasto que sean requeridos para poder lograr la cadena productiva. Entender el costo de venta nos ayuda a comprender mejor cuánto dinero es lo que estamos gastando o perdiendo por cada venta que estamos realizando, esto con el fin de que podamos contar con información confiable que nos permita tomar mejores decisiones efectivas sobre los precios unitarios y como las estrategias de venta. El costo de venta ha sido una herramienta que se viene utilizando desde el principio del siglo XX, cuando se implementaron diversos sistemas de contables, desde entonces ha sido una parte clave en la contabilidad y finanzas. Principalmente sirve como instrumento de medición para saber cuánto está costando la producción de bienes o servicios. Entre sus principales elementos que son parte del costo de venta tenemos: la mano de obra, costo asociado al tiempo que los empleados destinan para poder producir productos o servicios; Materias primas o suministros, son costos directos e indirectos que son necesario para la producción de bienes o servicios. Para determinar el costo de venta es necesario entender la fórmula: Costo de venta es igual al inventario inicial más las compras realizadas menos el inventario final.

Por todo esto, es necesario entender que Quispe (2018) en su tesis nos concluye que, al comprender de una manera precisa los costos de venta de una empresa, esto brindara un apoyo necesario al generar oportunidades de ventas, al conocer el precio marginal de los productos estos pueden ser aplicados en ventas puntuales, lo cual ayudara a obtener ventas satisfactorias, esta estructura ayuda a permitir el poder aplicar precios adecuados y evitar fijarlos basandose en forma empirica como la empresa ha venido trabajando. Es de suma importancia poder contar con una adecuada estructura de costos, que permita competir con precios acordes al mercado comercial, y que no afecten contra los márgenes de rentabilidad esperados por los accionistas.

Asimismo, Franco & Terán (2019) sustenta que el desconocer la gran variedad de los productos que una empresa comercializa y que estos sean por parte del personal encargado, genera que al momento de ser clasificados y registrados contablemente los costos y gastos tanto sea por compras de mercadería u otros artículos que son indispensables para la empresa, genere que existan errores contables. A su vez el no contar con un proceso de control adecuado propicia que no sea posible identificar algunas mercaderías que se encuentren en mal estado, y por desconocimiento en el tratamiento contable que se sigue para la baja de mercaderías en mal estado genera que no podamos hacer uso de deducirlos como gastos, afectando en beneficio de la empresa.

Por otro lado, Tómalá (2019) en su investigación sostiene que, los cambios que han sido realizados en su actual proceso de producción tuvieron un efecto muy conveniente lo cual ha permitido que estos permitan que se pueda verificar y corroborar que el costo de venta si tiene influencia en los estado de resultado por no contar con una estructura de control y manejo de los mismos en el proceso de producción que presenta la empresa. En su investigación Tómalá presenta y plantea una propuesta de mejora muy clara, factible y viable con la ejecución de los procesos de producción, mejorando esto de forma satisfactoria los



resultados que arroja la empresa. A su vez el análisis de los estados financieros han sido de mucha utilidad, permitiendo esto permita a la gerencia evaluar los resultados y procesa a la toma de decisiones a tiempo y con el fin que sean favorables para la empresa en estudio.

A fin de identificar algunas características de la Rentabilidad, Sevilla (2020) lo define como un concepto muy importante tanto el mundo de las inversiones como empresarial, ya que es un buen indicador del desarrollo de las inversiones y de la capacidad de la empresa para obtener rentabilidad sobre los recursos utilizados. Definiendo dos tipos; rentabilidad económica, refiriéndose al beneficio porcentual que la empresa obtiene por el total de lo invertido que esta a realizando, como cada actividad si la empresa desea aumentar su rentabilidad económica, esta tendra por objetivo captar mejores estrategias que sean beneficios para el negocio, se forma sencilla se puede aumentar los precios de los productos que se comercializan y disminullendo los costos que son necesarios par a su produccion, siendo una traba que esto no se puede aplicar a todas las actividades.Y la rentabilidad financiera por otra parte es conciderada como el beneficio que percibe cada socio de una empresa u organización por el esfuerzo de invertir, este tipo de rentabilidad permite medir la capacidad que una empresa posee de generar ingresos partiendo desde los fondos, es por esto que se considera como una medida que mas conveniente para los accionistas y propietarios en cuanto en comparacion con la retabilidad economica

Por otro lado, Choquehuanca (2021) concluye que existe una relación entre la variables de estudio como es el costo de venta y su efecto a la rentabilidad en las pequeñas empresas comerciales, indicando que el costo de venta permite una ayuda de poder estimar cuanto es el costo final de un producto, incluyendo en estos posibles descuentos, rebajas y/o bonificaciones que se puedan brindar a los clientes como también sean otorgados por nuestros proveedores, considerando también aquellos impuestos que sean asociados a la compra de las mercaderías, esto permitirá poder lograr una estimación del costo final de cada producto con esto poder asignarle un porcentaje de utilidad, el cual al finalizar cada periodo se pueda obtener una rentabilidad desea que permita tanto a los gerentes, dueños, socios y/o accionistas poder tomar decisiones que sean beneficios para la empresa. Asimismo, se indica que las empresas deben evaluar sus existencias utilizando un método de costeo, el cual debe estar en concordancia con la actividad de las empresas, teniendo la capacidad de poder identificar los ingresos, salidas, saldos y costos de la mercadería, generando esto se pueda contar con información relevante y de suma importante en los estados financieros, el cual mediante su interpretación y análisis permitirá contar con información estadística financiera a la gerencia y pudiendo esta evaluar los movimientos de sus activos, pasivos y patrimonio

En el caso de estudio, la empresa se denomina COMERCIO Y SERVICIOS INDUSTRIALES JJ PERU S.R.L., con nombre comercial CSI PERU S.R.L., identificada con número de RUC 20609137402, cuya actividad comercial es la venta de materiales y artículos de ferretería en general, productos industriales eléctricos, mecánicos y caldereros, tuberías metálicas en acero inoxidable y fierro negro. El principal movimiento económico que presenta es la venta de productos específicos por clientes solicitados en su mayoría de la ciudad de Huarney. Respecto a la problemática y en una observación de sus costos, se ha podido evidenciar que el cálculo de costo de venta que es estimado por los productos que comercializan no son los adecuados, motivo por el cual no consideran en muchos casos costos y gastos como que son determinantes para la cuantía unitaria y total. Un claro ejemplo es no considerar los gastos por servicios de transporte tanto de productos de la localidad como fuera de esta, siendo en su mayoría de la





ciudad de Lima por mercaderías esenciales para la actividad económica, en cambio estos son en su mayoría asumidas por los socios de la empresa y no son considerados en la contabilidad distorsionando la rentabilidad esperada, otro claro ejemplo son los costos por servicios de transporte y carga por los productos que se comercializan y que en su totalidad enviados por medio de transporte de pasajeros minivan a la ciudad de Huarmey, cuando lo correcto sería que estos sean asumidos, considerados y registrados por la empresa, esto afecta que el cálculo de costo de venta no sea el real y exacto influyendo esto en el resultado de la gestión desde el punto de vista de sus ganancias, siendo que al haber alteraciones a los costos de venta esto no muestre un resultado bruto, operativa, neto y del ejercicio correctos a la realidad de la empresa respectivamente.

Por el planteamiento dado anteriormente, se procedió a formular el siguiente enunciado: ¿Cuáles son los efectos del costo de venta en la rentabilidad de las PYME del sector comercio del Perú, Caso: COMERCIO Y SERVICIOS INDUSTRIALES JJ PERU S.R.L. – Chimbote 2023; y cómo mejorar?. A fin de realizar esta investigación se presentó las siguientes justificaciones: teórica, porque en muchas empresas del Perú, existe una necesidad de aplicar razonablemente y de forma comprensible, el concepto de costo de venta y su efecto en la rentabilidad, es así que la presente investigación ha permitido complementar el vacío de desconocimiento en el universo de empresas y sobre todo en la de estudio, para cuando se tenga que determinar el costo de venta en estas empresas del sector comercio, especialmente en el rubro de venta de productos y artículos de ferretería. Práctica, porque una vez conocidos los resultados se procedió a comunicarlos al representante legal o quien haga sus veces en la empresa en estudio y a las demás empresas a través de artículos científicos para su aplicación y obtener una incidencia de carácter positiva en la generación de la información que conlleva a la contabilidad de gestión o también llamada contabilidad para la toma de decisiones, y metodológica porque esta investigación en que sus resultados se obtuvieron aplicando una metodología del proceso de investigación, la cual se inicia con la identificación de la problemática explicada anteriormente, se plante objetivos y se aplicaron las técnicas y procedimientos para obtener dichos resultados, teniendo en cuenta el ámbito geográfico tanto nacional como regional. Como es sabido, las investigaciones deben generar oportunidades de estudios posteriores o de mayor alcance, por ello los resultados serán considerados como antecedentes para que futuros investigadores, especialmente de nuestra comunidad universitaria, opten por tomar los datos encontrados en la ejecución del presente proyecto de investigación.

A fin de dar respuesta al problema enunciado se planteó el objetivo general: Determinar los efectos del costo de venta en la rentabilidad de las PYME del sector comercio del Perú, Caso: COMERCIO Y SERVICIOS INDUSTRIALES JJ PERU S.R.L. – Chimbote 2023; y proponer mejoras; y para el cumplimiento de dicho objetivo, se propusieron los siguientes objetivos específicos: 1. Identificar el efecto del costo de venta en la rentabilidad de las PYME del Perú, 2. Identificar el efecto del costo de venta en la rentabilidad de las PYME del sector comercio, 3. Identificar el efecto del costo de venta en la rentabilidad de la empresa COMERCIO Y SERVICIOS INDUSTRIALES JJ PERU S.R.L y 5. Realizar una propuesta de mejora sobre el costo de venta con efecto en la rentabilidad de la empresa COMERCIO Y SERVICIOS INDUSTRIALES JJ PERU S.R.L.



**Materiales y métodos:** la presente investigación es de tipo descriptivo de estudio de caso, por lo cual se efectuó un análisis de la mejora en la determinación del costo de venta y su efecto en la rentabilidad de las Pymes: caso Comercio y Servicios Industriales JJ Peru S.R.L. Chimbote 2023. Por ello el tipo ha sido descriptivo de nivel cualitativo y de diseño no experimental y estudio de caso. La población comprende el universo que hemos seleccionado para elegir nuestro objeto de estudio en la presente investigación, siendo esta la opción de elegir a un conjunto de diversas partes con ciertas características en común permitiendo esto poder ser estudiadas ya sea en una forma conjunta o con segmentaciones Fernández & Baptista (2014). Es así que, la población en el presente estudio ha estado conformada por las pequeñas y medianas empresas que realizan como característica alguna actividad de comercial, independientemente de su forma de constitución o de tamaño. La muestra ha estado conformada por una parte del universo, siendo en este caso de investigación, empresa COMERCIO Y SERVICIOS INDUSTRIALES JJ PERU S.R.L. – Chimbote.

**Variables. Definición y Operacionalización**

VARIABLE	DEFINICION OPERATIVA	DIMENSIONES	INDICADORES/ITEMS	ESCALA DE MEDICION
Variable Independiente <b>Costo de Venta</b>	Centrum (2016), es considerado como un gasto, refiriéndose a este al costo de un producto que la empresa esta comercializando. Si restamos el costo de venta a la venta realizada, obtenemos una utilidad bruta.	Inventario Inicial	1. ¿Cómo realiza la identificación del inventario inicial como parte del costo de venta? 2. ¿Cómo realiza la identificación de las compras y/o gastos involucrados en compra de materiales? 3. ¿Cómo realiza la identificación del inventario final como parte del costo de venta?	Opinión
		Compras y gastos	4. ¿La clasificación de los gastos es según al elemento al que pertenece? 5. ¿Los gastos por servicios básicos son cargados al costo de venta? 6. ¿La depreciación de los activos son considerados en el costo de venta? 7. ¿El precio unitario de las mercaderías son acorde al costo unitario de los mismo?	
		Inventario Final	8. ¿Cómo estructura los precios de venta de sus mercaderías? 9. ¿Cómo realiza los inventarios de sus mercaderías? 10. ¿Ha presentado perdidas según su sistema de costo actual?	





Variable Dependiente <b>Rentabilidad</b>	CreceNegocios (2023), esta es obtenida del resultado de comparar los ingresos que genera una empresa, contra los gastos que son necesarios para generar este ingreso.	Utilidad Bruta	11. ¿Cómo realiza la identificación de la utilidad bruta? 12. ¿Se elabora hoja de costo por mercadería?	• Opinión
		Rentabilidad Económica / ROA		

**Fuente: Elaboración propia**



*Técnicas e instrumentos de recolección de información:* Toda investigación se requiere el uso de distintas técnicas para la obtención de información, previa validación del origen de la misma. Debe de ser fuertemente confiable y de buena calidad con el fin de poder establecer los resultados Fernández & Baptista (2014). Para el presente estudio se aplicó la técnica de la revisión bibliográfica devenida de los distintos autores que han realizado alguna investigación respecto a las variables en estudio como es los costos de venta y de la rentabilidad.

Asimismo, se aplicó la técnica de una entrevista al Gerente mediante un cuestionario de preguntas diversificadas que ha permitido determinar los resultados y la descripción para determinar la mejora en la determinación del costo de venta y su efecto en la rentabilidad en la empresa en estudio. *Método de análisis de datos:* Para poder conseguir la información necesaria acerca del objetivo específico N° 1: Identificar el efecto del costo de venta en la rentabilidad de las PYME del Perú, se aplicó la revisión de información proporcionada por los antecedentes incluidos en el presente estudio. Para obtener los resultados del objetivo específico N°2: Identificar el efecto del costo de venta en la rentabilidad de las PYME del sector comercio, se aplicó la revisión de información proporcionada por los antecedentes incluidos en el presente estudio. En cuanto al objetivo específico N° 3: Identificar el efecto del costo de venta en la rentabilidad de la empresa COMERCIO Y SERVICIOS INDUSTRIALES JJ PERU S.R.L., se aplicó un cuestionario de preguntas típicas sobre el costo de venta y de la rentabilidad, en el cual intervendrá el Gerente de la empresa. Finalmente, para cumplir con el objetivo específicos N° 4: Realizar una propuesta de mejora sobre el costo de venta con efecto en la rentabilidad de la empresa COMERCIO Y SERVICIOS INDUSTRIALES JJ PERU S.R.L. Se analizó los objetivos específicos 1, 2 y 3 los cuales ha permitido realizar una propuesta de mejora sobre el efecto del costo de venta en la rentabilidad de la empresa en estudio.

***Aspectos Éticos:*** a. Respeto y protección de los derechos de los intervinientes: su dignidad, privacidad y diversidad cultural, b. Cuidado del medio ambiente: respetando el entorno, protección de especies y preservación de la biodiversidad y naturaleza, c. Libre participación por propia voluntad: estar informado de los propósitos y finalidades de la investigación en la que participan de tal manera que se exprese de forma inequívoca su voluntad libre y específica, d. Beneficencia, no maleficencia: durante la investigación y con los hallazgos encontrados asegurando el bienestar de los participantes a través de la aplicación de los preceptos de no causar daño, reducir efectos adversos posibles y maximizar los beneficios y e. Integridad y honestidad: que permita la objetividad imparcialidad y transparencia en la difusión responsable de la investigación y f. Justicia: a través de un juicio razonable y ponderable que permita la toma de precauciones y limite los sesgos, así también, el trato equitativo con todos los participantes.

**RESULTADOS***Respecto al objetivo específico N° 01**Identificar el efecto del costo de venta en la rentabilidad de las PYME del Perú***Cuadro N° 1. Resultados del Objetivo específico 1**

<b>AUTOR(ES)</b>	<b>RESULTADO</b>
Reyes (2022)	Para una rentabilidad adecuada se debe de contar con un costo de venta adecuado, como se demuestra en la investigación que se basó en una comparativa de distintos periodo de la empresa Authentic Fashion SAC en donde la tabla N° 1 de la investigación, sustenta que si el costo de venta tiende a ser elevado o presenta una disminución, esto conllevara que se genere un efecto sobre la rentabilidad en la empresa, siendo esto reflejado en unos resultados como; nivel alto de un 50.59%, medio de 22.76% y un nivel bajo de 26.65% de acuerdo a la comparación realizada, donde se evidencia que el costo de venta tiende a generar un efectivo tanto positivo como negativo sobre la rentabilidad, concluyendo así que para poder determinar una rentabilidad positiva y deseada en la empresa, se debe de manejar un control adecuado sobre los costos de venta de los productos que se comercializan, haciendo mención que la materia prima sea la correcta tanto en cantidad como en costo, la mano de obra sea de forma efectiva y que los costos indirectos sean identificados y considerados de forma oportunidad y veras, permitiendo esto poder lograr un costo real y por ende permitir lograr una rentabilidad adecuada.
Choquehuanca & Ortiz (2021)	La importancia de poder contar con un sistema de costo que sea adecuado para la empresa, permitirá lograr que se realicen los cálculos y registros correctos en la contabilidad, generando esto se contribuya en la determinación de un costo real de todos nuestros productos que contamos en nuestro almacén, a su vez darle el tratamiento correcto a los productos que son de materia de importación, cuya finalidad es la de poder conocer el cálculo de una rentabilidad bruta correcta. Concluyendo que el costo de venta si presenta una relación estrecha con la rentabilidad generando esto que, si se presenta un cambio en el costo de venta, esta generar un efecto sobre la rentabilidad, tanto bruta como neta donde pudiese ser positiva como negativa.
Chihuantito & Huerta (2022)	De acuerdo a la investigación se evidencia que existe una relación entre las variables costos de venta y su efecto que esta genera sobre la rentabilidad, la empresa cuenta con dos líneas de negocios, una de producción y otra de comercialización, donde se separó las dos líneas para poder evaluar de forma individual cada una, lo cual se presenta que la línea de producción muestra un margen de utilidad neta de un 36.74% a comparación de la comercial que se determinó un -4.51%, donde se evalúa que la primera mantiene sus costos de producción a un 50% de las ventas que esta genera, aportando que se presente un margen de rentabilidad beneficioso, por otro lado la línea comercial muestra que sus costos de venta son muy elevados principalmente por el volumen de venta que estas presentan siendo así que el costo de venta sea casi similar al a las ventas netas, determinado así una rentabilidad bruta positiva, pero una rentabilidad operativa y neta en negativo, principalmente esto sucede por el nivel bajo de ventas que se presentó en el ejercicios, y los costos que se mantuvieron elevados. concluyendo que la empresa no realizo una distribución de sus costos de ventas por cada línea de negocio, el cual no permitía poder evaluar los costos de forma separada, y por ende no se podía determinar la influencia que genera tanto el costo de producción como el costo de venta en a rentabilidad de la empresa.



Morales & Valdivia (2020)	Se demuestra que contar con un registro de control de costos, permitirá poder conocer a detalle la clasificación de la materia prima, mano de obra directa y costos indirectos, permitiendo esto poder conocer un costo real y por ende esto permitirá poder determinar una rentabilidad adecuada, pero la unidad en investigación sustenta que esta no realiza un registro de control de sus costos, por el contrario estos son manejados de forma empírica, suscitado principalmente por un desconocimiento en la organización, controles y estructuración de los costos como son la materia prima, mano de obra y costos indirectos, por otra parte también se presenta un efecto en la rentabilidad por parte de los costos, por cuanto los precios de venta son volátiles, ya que se menciona que estos son impulsados mayormente por el mercado determinando dos posibles escenarios donde se presenta unas ventas superiores al costo de venta o que estos sean inferiores al costo de venta, esto generara que se presentes efectos significativos en la rentabilidad bruta siendo positiva o negativa. Se concluye que el costo que presenta la empresa no se muestra una estructura adecuada, tampoco se evidencia que cuente con una distribución de los costos como son la mano de obra y costos indirectos, tampoco se cuenta con un control de las entradas y salidas de efectivo en el proceso de producción, afectando que no se pueda determinar así una rentabilidad real.
---------------------------	--

*Respecto al objetivo específico N° 02*

*Identificar el efecto del costo de venta en la rentabilidad de las PYME del sector comercio*

Cuadro N° 2. Resultados del Objetivo específico 2

<b>AUTOR(ES)</b>	<b>RESULTADO</b>
Roman & Palacios (2023)	Es de suma importancia para una empresa poder contar con un adecuado costo de venta, esto con la finalidad de permitir poder determinar una rentabilidad adecuada y beneficiosa para la empresa. Si se maneja un costo de venta adecuado, esto permitirá y brindará las herramientas necesarias para que se pueda determinar una rentabilidad real, permitiendo esto que la empresa pueda ser eficiente y a su vez generando ganancias beneficiosas tanto para la empresa como para la sociedad. Asimismo, se puede señalar que, al contar con un mayor costo de venta, esto afecte significativamente sobre la rentabilidad en las empresas comerciales, concluyendo así que entre las variables en estudio si existe una relación indirecta, sí bien el costo de venta tiende a sufrir una variación significativa esto se podrá evidencia en un efecto de cambio en la rentabilidad esperada.
Rodríguez (2022)	Se evidencia que, si existe una correlación entre el costo de venta y la rentabilidad, de acuerdo a la investigación realizada se pudo determinar que la actual unidad presenta errores en ciertas actividades de la empresa, el cual tiene como principal punto de inicio el no contar con un adecuado sistema de costo, esto género que no se pueda determinar y considerar los costos indirectos de una forma eficiente y adecuada, teniendo como resultado un efecto considerable principalmente sobre la rentabilidad, concluyendo así que el no poder aplicar un adecuado sistema de costo acarrea que no se pueda determinar un costo de venta real, por el contrario la empresa en estudio se vea en la necesidad de poder determinar una rentabilidad basándose en la alta rotación de sus productos.



Enrique et al (2019)	Se puede evidenciar la existencia de una relación lineal, donde el costo de venta genera un efecto de cambio sobre la rentabilidad de la empresa, siendo esto atribuible a que si el costo de venta tiende a elevarse esto genera una influencia negativa en la rentabilidad, como se demuestra en la tabla 1 de la investigación donde se observa que en los trimestres evaluados por los periodos 2016 y 2017, los costos de ventas son superiores a las ventas netas, esto generar que se presente una rentabilidad bruta negativa afectando también a la rentabilidad operativa y neta. Concluyendo así que el costo de venta si determina que se presente una reducción en la utilidad de la empresa, principalmente por tener un costo de venta elevado, motivado por factores como no contar proveedores fijos que establezcan precios fijos, también debido a las importaciones que se realiza afectan principalmente por que realizan compras individuales y no por mayor, afectando esto el precio acordado como también el tipo de cambio que es cambiante.
----------------------	--

*Respecto al objetivo específico N° 03*

*Identificar el efecto del costo de venta en la rentabilidad de la empresa COMERCIO Y SERVICIOS INDUSTRIALES JJ PERU S.R.L.*

**Cuadro N° 3. Resultados del Objetivo específico 3**

N°	PREGUNTA	RESPUESTA
1.	¿Cómo realiza la identificación del inventario inicial como parte del costo de venta?	Actualmente en nuestra empresa no hemos realizado aun un inventario inicial de los productos que comercializamos, siempre han sido manejados y anotados en cuadros Excel y lo verificamos cuando se realizara una venta, para poder verificar si se cuenta con el stock
2.	¿Cómo realiza la identificación de las compras y/o gastos involucrados en compra de materiales?	Siempre son dos tipos de gastos que están relacionados cuando compramos los materiales, uno es el por el transporte hasta agencia y segundo es el flete desde la ciudad de Lima hasta Chimbote. Pero siempre esos gastos los asumimos mi persona y mi socio por falta de efectivo, y más adelante se solicita la devolución de lo gastado.
3.	¿Cómo realiza la identificación del inventario final como parte del costo de venta?	Actualmente nuestra empresa no hemos realizado un inventario final en el año 2022, principalmente porque no contábamos con personal que nos pueda ayudar, porque las labores de la empresa las realizamos nosotros mismos. Pero más adelante se contará con personal para que nos pueda ayudar en la atención a los clientes y control de las mercaderías.
4.	¿La clasificación de los gastos es según al elemento al que pertenece?	Si, todos los gastos que realizamos tanto en la compra de nuestros productos como también todo gasto que realizamos al pagar los servicios que contamos como internet, servicio de telefonía móvil lo distribuimos en que tipos de gastos son, por ejemplos los servicios de internet como gastos administrativos en su totalidad.



5.	¿Los gastos por servicios básicos son cargados al costo de venta?	No, porque estos gastos lo consideramos como gastos administrativos o de venta según corresponda el tipo de servicio, en el costo de venta involucramos todos los gastos que son necesario en la compra de mercaderías como son los fletes, servicio de cargas y otros que se presenten al momento de la compra.
6.	¿La depreciación de los activos son considerados en el costo de venta?	No, estos los consideran como parte del gasto según su tipo de uso como pueden ser gastos administrativos como también gastos de ventas.
7.	¿El precio unitario de las mercaderías son acorde al costo unitario de los mismo?	No, siempre el precio unitario es mayor al costo unitario, porque consideramos todos los gastos que han estado involucrados en la adquisición de estos y se agrega el margen de ganancia, pero en su mayoría lo comparamos con los precios que se manejan en el mercado y siempre tratando de mantener un margen de ganancia considerable.
8.	¿Cómo estructura los precios de venta de sus mercaderías?	Sumamos todos los gastos que han sido necesarios para compra de la mercadería como el pago de flete y a este resultado se le agrega un margen de ganancia que es entre un 10 a 20%, estos siempre que sean semejantes a los precios que están en el mercado actual
9.	¿Cómo realiza los inventarios de sus mercaderías?	Actualmente no hemos realizado un inventario de las mercaderías que contamos, nos reflejamos de acuerdo a las anotaciones que llevamos en un cuadro Excel donde vemos como varían, cuanto ingresa y cuanto sale, pero siempre son en los productos más costosos y grandes.
10.	¿Ha presentado perdidas según su sistema de costo actual?	No, el año 2022 hemos podido determinar una utilidad positiva.
11.	¿Cómo realiza la identificación de la utilidad bruta?	Cuando nuestro contador nos presenta los estados financieros y nos indica como podemos revisarlo, siendo esto como a diferencia entre las ventas menos el costo de venta.
12.	¿Se elabora hoja de costo por mercadería?	No hemos trabajado nunca una hoja de costos por mercadería, siempre determinamos los costos de las mercaderías por cuando costo y que otros gastos fueron parte de estos y se maneja de forma empírica.

Fuente: Elaboración propia en base a la entrevista aplicado al Gerente de la empresa Comercio y Servicios Industriales JJ Peru S.R.L.





*Realizar una propuesta de mejora sobre el costo de venta con efecto en la rentabilidad de la empresa COMERCIO Y SERVICIOS INDUSTRIALES JJ PERU S.R.L.*

Cuadro N° 4. Resultados del Objetivo específico 4

OPORTUNIDAD DE MEJORA	PROPUESTA
<p>Se evidencio que la empresa en estudio no considera en su mayoría costos por servicios de transporte de sus mercaderías tanto en la compra como en la venta de estos mismos. Y en su lugar estos son asumidos por los mismos socios lo cual no permite contar con un costo de venta de real y sufriendo un efecto sustancial en el resultado.</p> <p>A su vez en el cálculo del costo de venta, la empresa no cuenta con un inventario inicial como tampoco con un inventario final, esto debido principalmente porque no cuenta con personal para que realice esta labor, sino que son los mismos socios que se encargan del funcionamiento de la empresa y por mismo desconocimiento no lo realizan en el tiempo debido.</p>	<p>La empresa debe se asumir todos los gastos que son necesarios para la generación de ingresos como son los gastos por transporte, gastos por descarga de materiales, seguros y otros, y no permitir que estos sean asumidos por los mismos socios, esto permitirá que al poder determinar los costos reales de los productos podamos conocer el costo real, generando así que se pueda determinar un costo de venta real</p> <p>Se debe de poder contar con capacitaciones a los socios por ser los principales encargados del funcionamiento de la empresa, con respecto a temas como manejo y control de inventarios, costos y gastos necesarios en una empresa y otros temas contables, esto permitiendo que se puedan resolver dudas y desconocimiento en el manejo de la empresa</p>

## DISCUSIÓN

*Respecto al objetivo específico N° 01*

*Identificar el efecto del costo de venta en la rentabilidad de las PYME del Perú*

Se observa el efecto que genera el costo de venta en la rentabilidad, según Reyes (2022) indica que una empresa que maneja adecuadamente un costo de venta, esta resulta ser beneficioso por que presenta un efecto sustancial en la rentabilidad de la misma, tomando como evidencia la tabla 1 de su inventaigacion demuestra que el costo de venta si tiene una incidencia en la rentabilidad siendo esta por niveles como 50.59% bajo, 22.76% nivel medio y un nivel alto de 26.65%, demostrando que el entorno que abarca el costo de venta si genera una influencia sobre la rentabilidad, donde se presenta la idea que si un costo de venta es bajo, esto genera que pueda existir una rentabilidad. Esto coincide con los resultados de Rodríguez (2022), quien menciona que existe una correlacion entre las variables costo de venta y rentabilidad, el cual indica que el no contar con un sistema de costos es perjudicial para la empresa por que no permite determinar con exactitud los costos indirectos, haciendo esto que afecte claramente en la rentabilidad, concluyedo que si los costos se ven afectados por un aumento, esto acarrea que se vea reflejado tanto en el precio de venta como en la rentabilidad. Sin embargo Saltos (2022) señala que si bien la empresa si cuenta con un sistema de control de sus costos, este no permite conocer y analizar su rentabilidad, por el mismo modo que no presenta un adecuado centro de costos por un desconocimiento, lo cual no permite que se pueda realizar una distribucion correcta de los costos, afectando esto directamente el margen bruto en el estado de resultado y por ende en la rentabilidad de la empresa.

*Respecto al objetivo específico N° 02*

*Identificar el efecto del costo de venta en la rentabilidad de las PYME del sector comercio*

Choquehuanca & Ortiz (2021) menciona que de acuerdo al análisis de su investigación se pudo determinar que el poder determinar con un costeo adecuado y considerando al tipo de actividad, esto permitira poder conocer un costo real de todos los productos que se comercializan, generando esto que podamos decretar una rentabilidad bruta adecuada y correcta, por ende se puede considerar que el costo de venta si presenta una relacion estrecha con la rentabilidad en las pequeñas empresas comerciales. Por su parte Roman & Palacios (2023) menciona que si es de suma importancia poder considerar en una empresa un correcto costo de venta, por que ello nos permitira poder conseguir una mejor rentabilidad, ya que si se maneja un adecuado costo de venta en las empresas comerciales, brindara un gran valioso apoyo a que estas sean rentables y a su vez generando ganancias beneficiosas, por otro lado, resalta que si se considera un costo de venta elevado esto afecta y refleja a que se produzca una disminución de la rentabilidad tanto economica, financiera y social de la empresa. Por otra parte Franco & Terán (2019) nos indica que al no realizar una adecuada determinacion en la medicion de los costos de inventarios como son el deterioro de los mismos, genera que aquellos deterioros no sean considerados en el costo de venta registrado contablemente y que posterior la empresa tenga que realizar ajustes contables, determinando asi una variacion de la utilidad bruta comparada con la que inicialmente por la empresa considero.

*Respecto al objetivo específico N° 03**Identificar el efecto del costo de venta en la rentabilidad de la empresa COMERCIO Y SERVICIOS INDUSTRIALES JJ PERU S.R.L.*

El no contar con un conocimiento en el manejo adecuado de un costo de venta en una empresa puede generar que se produzcan efectos importantes en la obtención de una rentabilidad positiva al final de un ejercicio, por ende, toda empresa debe de contar con un personal idóneo y capacitado en el manejo de estos, es resaltante que el no realizar un inventario inicial como final no permite que se pueda determinar de forma eficiente un costo de venta, a su vez la investigación permitió evidenciar que hay gastos que están relacionados directamente con la compra de mercaderías y estos no son considerados por la empresa; por su parte son asumidos directamente por los mismo socios, desnaturalizando la operación económica, porque luego estos son rendidos por los socios a la empresa y no se presenta justificación alguna, ya que los mismos servicio de transporte, gastos de carga y descarga son solicitados con comprobantes de pago a nombre de los socios, lo cual genera que estos no formen parte de la contabilidad de la empresa, esto contribuye que la determinación de un costo de venta no sea el más adecuado y correcto, generando que al momento de la elaboración de los estados financieros, nos arroje una rentabilidad bruta que no es exacta con las operaciones de la empresa. Estos resultados coinciden con Choquehuanca & Ortiz (2021) quienes manifiestan que es de suma importancia poder contar con un sistema de costos adecuado para el tipo de actividad, esto permitira que se pueda determinar un costo real de los productos, y poder asi determinar una rentabilidad bruta correcta. Concluyen que el costo de venta si tiene efecto sobre la rentabilidad, por que esta permite poder estimar el costo final de los productos y posterior asignarle un margen de utilidad lo cual al finalizar el ejercicio esta podrá ser reflejada en una rentabilidad para la empresa. Por su parte Mendez & Silva (2019) coinciden con la presente investigación con respecto que, al carecer de un sistema de costos y en su lugar estos sean determinados por la gerencia en base a su experiencia genera que los costo sean elevados, asimismo con respecto al tema de inventarios no se cuenta con documentacion que evidencia el ingreso y salida de mercaderias, esto puedo



acarrear que se produzcan paralizaciones en la actividad económica lo cual afecte en una disminución de la rentabilidad esperada.

*Respecto al objetivo específico N° 04*

*Realizar una propuesta de mejora sobre el costo de venta con efecto en la rentabilidad de la empresa COMERCIO Y SERVICIOS INDUSTRIALES JJ PERU S.R.L.*

Se propone que las personas encargadas de la empresa tengan una capacitación respecto al manejo y control de los costos de la empresa, esto permitirá que puedan conocer a más profundidad el manejo de un costo de venta y poder entender lo importante que es para determinar un costo real, permitiendo esto también que puedan conocer a fondo el costo real de los productos que comercializan, y como este permite poder estimar una rentabilidad esperada. Esto conllevará a que se pueda entender que los costos relacionados a la compra de mercaderías si son importantes porque permiten poder estimar cuánto cuesta cada producto, a su vez que tienen que ser asumidos por la empresa mas no por los mismos socios porque esto conlleva a que se desnaturalice la contabilidad. Se propone también que se tienen que realizar inventarios de los productos con los que se cuenta, porque es de suma importancia para la determinación del costo de venta al final del ejercicio, también se propone que se lleve un adecuado manejo y control de los mismo, permitiendo conocer con que mercaderías se cuentan, y saber si existen desvalorizaciones de los productos. Se propone que se implemente el manejo de una hoja de costos por productos indicando en estos los gastos que se involucren en la adquisición de los mismos, esto permitirá a su vez conocer más eficientemente el costo total de cada producto y luego poder determinar el margen de ganancia que deseamos, conllevando más adelante una rentabilidad adecuada. Se propone que se realice cada mes una verificación en físico de los productos con los que se cuenta en stock, para poder así determinar si se presentan productos en deterioro o vencidos con la finalidad de poder incluir en el costo de venta.

## **CONCLUSIONES**

*Respecto al objetivo específico N° 01*

Se concluye que según los autores analizados, las Pyme del Perú si sustentan la importancia que demuestra que tiene el costo de venta y como este es una pieza importante y repercute en un efecto sobre la rentabilidad de las empresas, se pudo conocer que para poder obtener una rentabilidad deseada y positiva, debemos de considerar un costo de venta correcto, y esto se puede generar realizando un correcto control adecuado sobre la materia prima, considerando que está sea lo menor posible, como también la mano de obra donde debe de ser efectiva e identificable, y poder tener un control adecuado sobre los costos indirectos, por que al momento del cálculo, cuando el costo de venta es muy elevados, esto genera un efecto negativo sobre la rentabilidad en la empresa, con esto podemos determinar que para obtener una rentabilidad deseada debemos de trabajar en poder controlar que los costos que se generan en la actividad económica sean los correctos. También debemos de tener en consideración que el contar con un sistema de costos que este adecuado al giro o tipo de negocio, permitirá poder conocer todos los costos que se generan en la actividad económica, con ello permitiendo conocer y determinar un costo real y a su vez preciso de todos nuestros productos, conllevando esto que se pueda conocer una rentabilidad precisa.

*Respecto al objetivo específico N° 02*



Se concluye que después de analizar a los distintos autores, estos infieren en la importancia de poder conocer y adecuar en una empresa comercial un correcto costo de venta, esto principalmente con la finalidad de que nos permita y brinde las herramientas necesarias para una correcta determinación de la rentabilidad, permitiendo esto que la empresa pueda generar ganancias beneficios tanto para la empresa como para la sociedad, esto conlleva que se pueda señalar que al contar con un costo de venta elevado, esto afecte principalmente en la rentabilidad esperada. Por otro lado, se evidencia la existencia de una correlación entre el costo de venta y la rentabilidad, que de acuerdo a un análisis se pudo conocer que al no considerar ciertos costos indirectos en el costo de venta esto conlleva que se genere un efecto considerable principalmente en la rentabilidad. Permitiendo concluir que, si una empresa no considera un adecuado manejo de un sistema de costos, esto puede arrastrar que no se pueda determinar un costo de venta real, y se vea en la imperiosa necesidad de poder estimar y determinar una rentabilidad en base a la alta rotación de sus productos.

#### *Respecto al objetivo específico N° 03*

Se concluye que después de analizar los resultados, esta presenta ciertas falencias en el manejo y control de sus costos, esto genera que la empresa presente errores en el cálculo de un costo de venta, principalmente se evidencia que carece de una ejecución de un inventario general anual, o en su defecto verificaciones mensuales de su stock de sus productos con los que cuenta, esto puede acarrear que al momento de la ejecución de la formulación para conocer el costo de venta, esta no se pueda determinar con fehacencia, lo que produce que los encargados tengan que verse en la necesidad de proceder con una aproximación de los costos y basándose en la rotación de los productos. Otro punto débil que involucra a los socios de la empresa es la falta de conocimiento en temas de manejo de costos y control de inventarios, evidenciando que se realizan operaciones comerciales que son necesarios para la continuidad de las operaciones como son los servicios de transporte de mercancías y otros servicios de carga y descarga de las mismas, siendo estas por su parte asumidas por los mismos socios, generando aquello que se presenten inconvenientes al momento de poder considerarlos. Esto por otro lado genera que al momento que los socios soliciten la devolución de lo asumido y al no contar con un comprobante de pago, realicen la carga de estos gastos sin justificación, alterando la contabilidad de la misma empresa. Estos puntos encontrados generar que, al momento de determinar el costo de venta, este no sea el correcto de acuerdo a la situación que opera la empresa, porque se omiten costos y no se cuentan con los inventarios que pieza fundamental para la determinación del mismo, esto influye que se determine una rentabilidad bruta y neta que no es la correcta, haciendo que la gerencia no pueda contar con información clara y precisa.

#### *Respecto al objetivo específico N° 04*

Se concluye que, al conocer los resultados de la investigación, está presenta ciertas omisiones y desconocimiento en el manejo de los costos de la empresa, generando esto que se omitan costos y no se realice el inventario de los productos que son necesario para poder conocer y determinar el costo de venta, por ende, se plantea una serie de recomendaciones que permitirán un adecuado manejo empresarial de los costos que la unidad necesita para poder cubrir estas falencias requeridas. Por lo que al momento de la investigación se ha podido comprobar que el costo de venta si presenta un efecto significativo sobre la rentabilidad de una empresa. Al considerar la aplicación de las recomendaciones que se plantean, podemos indicar que se podrá cubrir la necesidad de conocimiento con respecto a los temas que involucran a los costos, esto permitirá tener una visión más amplia y evitar los errores que se cometieron en el manejo y compra de mercaderías. Asimismo, considerar la realización de un inventario anual, como



también verificaciones mensuales, permitiendo esto poder tener una amplia verificación de los productos con los que se cuenta, evidenciando que no existan productos faltantes, en deterioro y evitando que se generen pérdidas para la empresa con el fin de poder al final determinar un efecto positivo en la rentabilidad de la empresa.

### **En cuanto al objetivo general**

Determinar los efectos del costo de venta en la rentabilidad de las PYME del sector comercio del Perú, *Caso: COMERCIO Y SERVICIOS INDUSTRIALES JJ PERU S.R.L. – Chimbote 2023; y proponer mejoras*

Se concluye que de acuerdo a la investigación se sustenta que el costo de venta tiene y genera un efecto tanto positivo como negativo en la rentabilidad de las empresas, esto se pudo evidenciar por medio de los resultados donde distintos autores presentan un enfoque similar e indican que para poder obtener una rentabilidad adecuada, se debe de manejar costos adecuados, siendo estos de preferencia menores, por ende concluimos que para poder considerar que una empresa pueda determinar una rentabilidad satisfactoria, esta debe de controlar y manejar sus costos. Si se maneja un costo de venta adecuado, esto genera que se pueda determinar una rentabilidad bruta positiva, esto siempre dependiendo del nivel de los ingresos que genera la empresa. Por otra parte, la unidad en investigación se pudo determinar que presenta ciertas falencias en temas de control de costos, siendo estos principalmente por el desconocimiento de los propietarios, al no considerar los costos por servicios de transporte, carga y descarga de mercaderías, la empresa no considera como parte del costo de los productos estos gastos realizados, esto acarrea que al poder determinar un costo de venta no puedan formar parte de este, generando así que al momento de la determinación de una rentabilidad bruta genere un efecto positivo pero no real por cuanto menor costo de venta mayor será la rentabilidad obtenida. Pero los socios al asumir estos gastos solicitan la devolución de lo asumido, generando esto distorsiones en la contabilidad, porque son ingresados sin sustento de salida de efectivo, alterando así el flujo de caja y dejando vacíos que más adelante pueden ser verificados. También se pudo evidenciar que no realiza un inventario de sus productos con lo que cuenta en stock, esto contribuye que al momento de poder determinar un costo de venta no se pueda contar con un inventario inicial, como tampoco final afectando a que el costo de venta se tenga que determinar de acuerdo con la alta rotación de los productos que estos comercializan, esto también genera que al final se obtenga una rentabilidad bruta no real. Esto es perjudicial para la empresa porque al no contar con una información clara y precisa no brinda una confiabilidad para la toma de decisiones por parte de gerencia y socios.

### **RECOMENDACIONES**



Los socios deben de ampliar sus conocimientos técnicos, con el propósito de poder conocer y aplicar las técnicas de un adecuado control de los costos que se generan en la empresa, ya que esto permitirá poder suministrar información útil al momento de determinar los costos reales de cada producto. Se recomienda este material como una guía práctica para poder considerar los efectos que tiene el costo de venta sobre la rentabilidad en las empresas comerciales, con el fin de poder brindar una comprensión sencilla y ejemplificada con respecto a este tema. Los socios deben de comprender que los gastos que genera la empresa con respecto a la compra de mercaderías deben de ser asumidas por esta, porque estos gastos forman parte del costo de los productos, permitiendo que podamos determinar un costo final adecuado y preciso, con la finalidad de poder estimar una ganancia que sea rentable para la empresa.

La persona responsable del manejo de la empresa debe de comprender e interesarse en la aplicación de un correcto costo de venta, haciendo cumplir que los costos que son parte de la compra de mercaderías sean consideradas y asumidos por la empresa, permitiendo esto que no se altere en la contabilidad de la empresa, esto conllevará que se pueda analizar y llevar un control de forma precisa de los costos que son parte de la actividad económica.

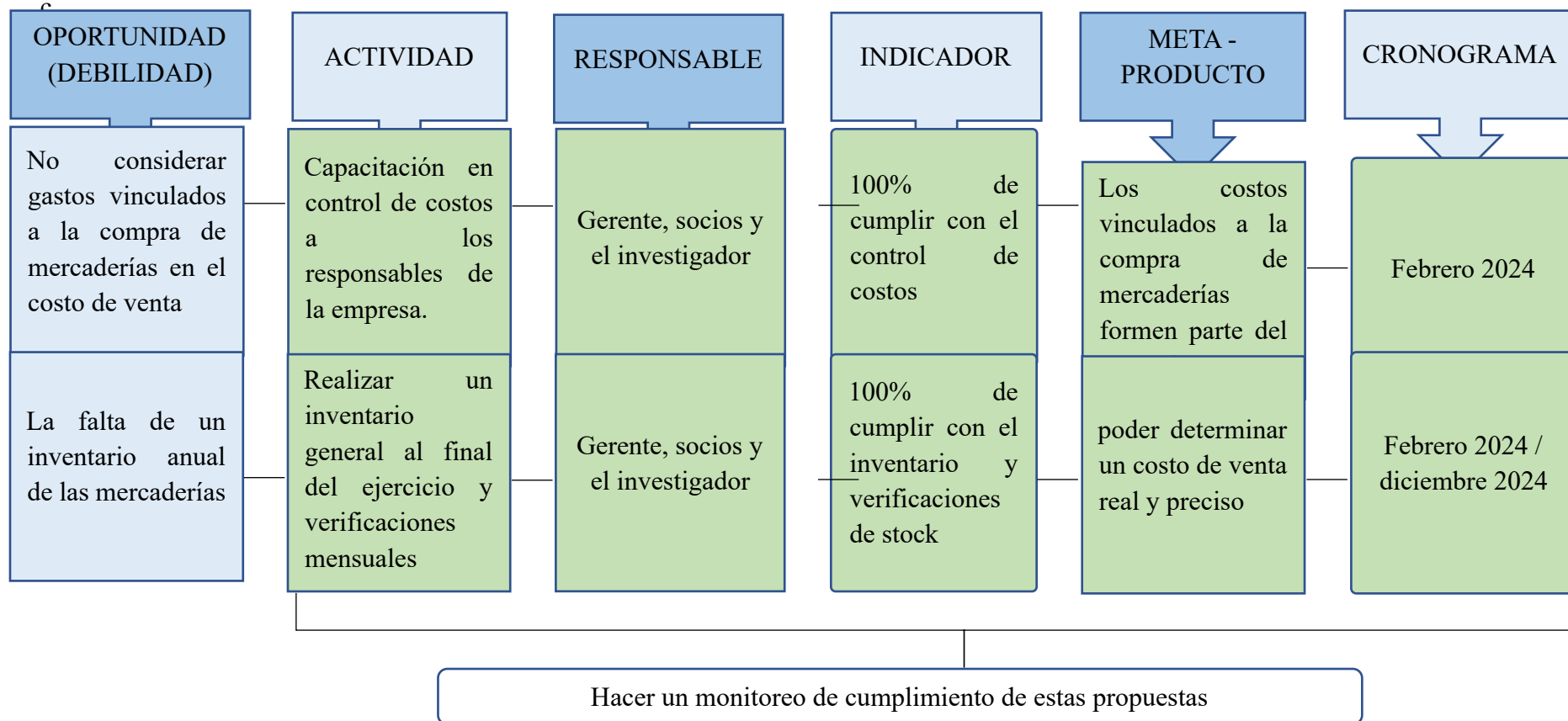
Se recomienda que la empresa tome en acción la aplicación de un inventario general de forma anual con el fin de poder estimar y conocer el inventario inicial y un inventario final que son parte esencial en el cálculo de un costo de venta, a su vez que se realicen verificaciones mensuales del stock de los distintos productos con los que se cuenta.





### PROPUESTA DE MEJORA

Se propone que la empresa Comercio y servicios industriales JJ Peru S.R.L. 2023, mejore en su determinación de un costo de venta con efecto sobre la rentabilidad.





Análisis de los estados financieros de la empresa COMERCIO Y SERVICIOS INDUSTRIALES JJ PERU S.R.L.

**COMERCIO Y SERVICIOS INDUSTRIALES JJ PERU S.R.L.****Estado de Resultados Integrales**

Por el año terminado al 31 de diciembre de 2022

	<b>2022</b>
	S/.
Ventas	265,726.04
Costo de ventas	(232,580.83)
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>33,145.21</b>
Gastos administrativos	(4,868.35)
Gastos de ventas	(3,784.15)
<b>Utilidad operativa</b>	<b>24,492.71</b>
Gastos financieros	0.00
Otros ingresos	1.75
<b>Utilidad antes del Imp. Renta</b>	<b>24,494.46</b>
Impuesto a la renta	(2,450)
<b>Utilidad del ejercicio</b>	<b>22,044.46</b>

En el estado de resultados del periodo 2022, la empresa Comercio y Servicios Industriales JJ Peru S.R.L., genero un total de S/. 265,726.04 nuevos soles de ventas netas, que compone la línea comercial de la venta de productos de artículos de ferretería, el costo de venta que obtuvo en el periodo asciende a la suma de S/. 232,580.83 nuevos soles, que están incluidos los costos por compra de materiales, Asimismo, se refleja los gastos administrativos, gastos de ventas que la empresa adquiere, en el periodo 2022 el resultado del ejercicio es favorable para la empresa obteniendo un resultado positivo de S/. 22,044.46

Denominación Utilidad Bruta periodo 2022

$$\text{Margen Utilidad Bruta} = \frac{33,145.21}{265,726.04}$$

$$\text{Margen Utilidad Bruta} = 12.47\%$$

**Análisis de la Utilidad Bruta de la empresa Comercio y servicios industriales JJ Perú S.R.L.**

La utilidad bruta por el periodo 2022 se refleja que la empresa obtuvo un 12.47% en función a sus ventas generadas por el periodo calculado, señalando que la utilidad es mínima llegando a concluir que por cada sol de ventas la empresa esta ganando 12.47% antes de los gastos administrativos y venta.

Denominación renta financiera periodo 2022

$$\text{Rentabilidad financiera (ROE)} = \frac{22,044.46}{33,194.46}$$



**Rentabilidad financiera (ROE) = 66.41%**

### **Análisis de la rentabilidad financiera de la empresa Comercio y servicios industriales JJ Perú S.R.L.**

Para el periodo 2022, la empresa alcanzo un ROE de 66.41%, es decir que la utilidad neta corresponde al 66.41% del patrimonio que tiene la empresa, ello indica que los socios tienen un rendimiento del 66.41% sobre su inversión, llegando a demostrar que la empresa es rentable en el mercado.

Denominación renta económica periodo 2022

**Rentabilidad económica (ROA) =  $\frac{24,494.46}{102,099.46}$**

**Rentabilidad económica (ROA) = 23.99%**

### **Análisis de la rentabilidad económica de la empresa Comercio y servicios industriales JJ Perú S.R.L.**

Para el periodo 2022, la empresa alcanzo un ROA de 23.99%, es decir que la empresa alcanzo una utilidad operativa o económica del 23.99% sobre la inversión realizada, representada ésta por los activos totales. Es decir que la rentabilidad corresponde al 23.99% del activo total que tiene la empresa.

Para poder determinar el efecto que causa el costo de venta sobre la rentabilidad en una empresa, se realizó una variación de un 5% al costo de venta manteniendo el mismo volumen de ventas netas.

### **COMERCIO Y SERVICIOS INDUSTRIALES JJ PERU S.R.L.**

#### **Estado de Resultados Integrales - Modificado**

Por el año terminado al 31 de diciembre de 2022

	<b>2022</b>
	<b>S/.</b>
Ventas	265,726.04
Costo de ventas	(244,209.87)
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>21,516.17</b>
Gastos administrativos	(4,868.35)
Gastos de ventas	(3,784.15)
<b>Utilidad operativa</b>	<b>12,863.67</b>
Gastos financieros	0.00
Otros ingresos	1.75
<b>Utilidad antes del Imp. Renta</b>	<b>12,865.42</b>



Impuesto a la renta	(1,287)
<b>Utilidad del ejercicio</b>	<b>11,578.42</b>

Denominación Utilidad Bruta periodo 2022

$$\text{Margen Utilidad Bruta} = \frac{21,516.17}{265,726.04}$$

$$\text{Margen Utilidad Bruta} = 8.10\%$$

#### **Análisis de la Utilidad Bruta de la empresa Comercio y servicios industriales JJ Perú S.R.L.**

La utilidad bruta por el periodo 2022 se refleja que la empresa obtuvo un 8.10% en función a sus ventas generadas por el periodo calculado, señalando que la utilidad es mínima llegando a concluir que por cada sol de ventas la empresa está ganando 8.10% antes de los gastos administrativos y venta.

Denominación renta financiera periodo 2022

$$\text{Rentabilidad financiera (ROE)} = \frac{11,578.42}{22,728.42}$$

$$\text{Rentabilidad financiera (ROE)} = 50.94\%$$

#### **Análisis de la rentabilidad financiera de la empresa Comercio y servicios industriales JJ Perú S.R.L.**

Para el periodo 2022, la empresa alcanzo un ROE de 50.94%, es decir que la utilidad neta corresponde al 50.94% del patrimonio que tiene la empresa, ello indica que los socios tienen un rendimiento del 50.94% sobre su inversión, llegando a demostrar que la empresa es rentable en el mercado.

Denominación renta económica periodo 2022

$$\text{Rentabilidad económica (ROA)} = \frac{12,865.42}{91,633.42}$$

$$\text{Rentabilidad económica (ROA)} = 14.04\%$$

#### **Análisis de la rentabilidad económica de la empresa Comercio y servicios industriales JJ Perú S.R.L.**

Para el periodo 2022, la empresa alcanzo un ROA de 14.04%, es decir que la empresa alcanzo una utilidad operativa o económica del 14.04% sobre la inversión realizada, representada ésta



por los activos totales. Es decir que la rentabilidad corresponde al 14.04% del activo total que tiene la empresa.

### **Comparativa de los estados financieros de la empresa Comercio y servicios industriales JJ Peru S.R.L. y su efecto que genera el costo de venta sobre la rentabilidad.**

Ratios	Periodo 2022		Variación de resultados
	Saldos originales	Saldos modificados	
Margen de Utilidad Bruta	12.47%	8.10%	4.37%
Rentabilidad Financiera (ROE)	66.41%	50.94%	15.47%
Rentabilidad Económica (ROA)	23.99%	14.04%	9.95%

De los resultados obtenidos en base a los estados financieros de la empresa, se puede evidenciar que el costo de venta si tiene efecto de cambio sobre la rentabilidad en una empresa, como se menciona para el caso de estudio se consideró un aumento del 5% sobre el costo de venta, manteniendo el mismo volumen de venta y gastos operativo. Esto permite poder evaluar que al sufrir una variación en el costo de venta en un 5% mayor al costo actual, genera que se produzca un efecto de cambio sobre la rentabilidad. Es así que al considerar los estados financieros presentados se pudo determinar una rentabilidad financiera del 66.41% sobre el patrimonio, una rentabilidad económica del 23.99% sobre los activos y un 12.47% de margen de utilidad bruta sobre las ventas netas. Pero al verificar los nuevos resultados en base al aumento del 5% sobre el costo de venta, nos permite determinar una disminución sobre la rentabilidad financiera de un 15.47%, un 9.95% sobre la rentabilidad económica y un 4.37% sobre el margen de utilidad, concluyendo así que si el costo de venta tiende a sufrir variaciones, esto producirá que se generen efecto de cambio positivos o negativos sobre la rentabilidad de la empresa, siendo estos por factores como cambio en los precios de compra, aumento de los costos relacionadas a la compra de mercaderías, u otras consideraciones que estén directamente relacionadas al costo de venta.

**REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS**

- Aguilar Vasquez, E., & Cruz Lopez, E. (2019). *La implementacion del control de inventarios para la determinacion del costo de ventas de la empresa tiendas Tía SAC de la ciudad de Trujillo 2018 [Tesis de titulacion, Universidad Privada del Norte]*. Repositorio institucional. Obtenido de <https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/23152/Aguilar%20V%C3%A1squez%20Enrique%02Cruz%20L%C3%B3pez%20Emelda.pdf?sequence=2&isAllowed=y>
- Arbache, J., Tiusabá, J., Vidal, R., Endo, C., & Zapata, Á. (2023). *Serie "Las pymes en America Latina y el Caribe"*. Obtenido de CAF Banco de Desarrollo de America Latina y el Caribe: <https://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/2132/CAF-Pymes%20ARG.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Carter, R. (6 de setiembre de 2022). *La lista definitiva de estadísticas de pequeñas empresas para 2023*. Obtenido de Findstack: <https://findstack.es/resources/small-business-statistics/#:~:text=Hay%20alrededor%20de%20400%20millones%20de%20peque%C3%B1as%20empresas%20en%20todo%20el%20mundo>.
- Celmi Medrano, R., & Florian Gavidia, R. (2019). *La determinación de costos y su influencia en la rentabilidad de las empresas de transporte público en la ciudad de Huaraz año 2019 [Tesis de titulacion, Universidad Nacional Santiago Antunez de Mayolo]*. Repositorio Institucional. Obtenido de <http://repositorio.unasam.edu.pe/handle/UNASAM/5200>
- Centrum. (2016). *Contabilidad Financiera - costos y gastos*. Obtenido de Pontificia Universidad Católica del Perú: [https://vcentrum.pucp.edu.pe/promomails/Costo\\_Gasto/en-que-parte-costos.html](https://vcentrum.pucp.edu.pe/promomails/Costo_Gasto/en-que-parte-costos.html)
- Chihuantito Kcana, G., & Huerta Prudencio, M. (2022). *Costo de ventas y rentabilidad de la línea de productos de la compañía Gin Tonic SAC del 2020 [tesis de titulacion, Universidad Tecnológica del Perú]*. Repositorio institucional. Obtenido de <https://repositorio.utp.edu.pe/handle/20.500.12867/7226>
- Choquehuanca Veliz, L., & Ortiz Cuti, P. (2021). *Costo de venta y la rentabilidad en las pequeñas empresas comerciales del rubro librerías del cercado de Arequipa, 2020*





- [Tesis de titulación, Universidad Cesar Vallejo]. Repositorio institucional. Obtenido de <https://hdl.handle.net/20.500.12692/66065>
- CreceNegocios. (04 de junio de 2023). *Como calcular la rentabilidad de una empresa?* Obtenido de CreceNegocios: <https://www.crecenegocios.com/rentabilidad-de-una-empresa/>
- Duran, Y. (2012). *Administración del inventario: elementos clave para la optimización de las utilidades en las empresas*. Obtenido de Redalyc: <https://www.redalyc.org/pdf/4655/465545892008.pdf>
- Enrique Esqueche, E., Mamani Huanca, J. L., & Mendoza Ccorahua, S. (2019). *El costo de venta y la utilidad en la línea comercial de laboratorio en la empresa proyectos pesacon SAC [tesis de titulación, universidad nacional del callao]*. Repositorio institucional. Obtenido de <https://n9.cl/x0wvq>
- Escalante Huansi, M. (2022). *La desvalorización de existencias y su incidencia en la presentación de los estados financieros alma SAC Callao 2019 [Tesis de titulación, Universidad privada del norte]*. Repositorio institucional. Obtenido de <https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/33007/Escalante%20Huansi%20C%20Maricruz.pdf?sequence=1>
- Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación (6a ed.)*. Obtenido de McGraw Hill Education.: <https://www.esup.edu.pe/wp-content/uploads/2020/12/2.%20Hernandez,%20Fernandez%20y%20Baptista- Metodolog%C3%ADa%20Investigacion%20Cientifica%206ta%20ed.pdf>
- Franco Coba, L., & Terán Montero, D. (2019). ANÁLISIS DEL COSTO EN EL NIVEL DE RESULTADOS EMPRESA COMERCIAL FERRETERIA. *Observatorio de la Economía Lationamericana*, 1-7. Obtenido de <https://www.eumed.net/rev/oel/2019/04/empresa-comercial-ferretera.html>
- Franco Coba, L., & Terán Montero, D. (2019). *Costo de venta y su incidencia en el nivel de resultados de una ferretería [Tesis de titulación, Universidad Laica Vicente Rocafructe de Guayaquil]*. Repositorio Institucional. Obtenido de <http://repositorio.ulvr.edu.ec/handle/44000/2662>
- García Garnica, A., & Taboada Ibarra, E. (07 de 02 de 2012). *TEORÍA DE LA EMPRESA: LAS PROPUESTAS DE COASE, ALCHIAN Y DEMSETZ, WILLIAMSON, PENROSE Y*



- NOOTEBOOM*. Obtenido de Universidad Autónoma Metropolitana:  
<https://economiatyp.uam.mx/index.php/ETYP/article/view/256/156>
- Lizcano Alvarez, J. (2004). *Rentabilidad Empresarial propuesta practica de análisis y evaluación*. Obtenido de Issuu:  
[https://issuu.com/victore.cardozodelgado/docs/rentabilidad\\_empresarial\\_propuesta](https://issuu.com/victore.cardozodelgado/docs/rentabilidad_empresarial_propuesta)
- Llamas, J. (01 de marzo de 2020). *Costo de Ventas*. Obtenido de Economipedia:  
<https://economipedia.com/definiciones/costo-de-ventas.html#:~:text=E1%20costo%20de%20ventas%20es,comercializado%20en%20un%20periodo%20determinado>.
- Loja Guarango, J. (2015). *Propuesta de un sistema de gestion de inventarios para la empresa Femarpe cía Ltda. [Tesis de titulacion, Universidad Politecnica Salesiana]*. Repositorio institucional. Obtenido de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/7805/1/UPS-CT004654.pdf>
- Manrique Molina, L. (2014). *Comportamiento de compra organizacional, una exploracion del estado actual*. Obtenido de Redalyc:  
<https://www.redalyc.org/pdf/1942/194232138009.pdf>
- Mendez Calderon, F., & Silva Castro, A. (2019). *Evaluación de los costos y su incidencia en la rentabilidad de la Panadería San José Nuevo Chimbote - Periodo 2019 [Tesis de titulacion, Universidad Cesar Vallejo]*. Repositorio institucional. Obtenido de <https://hdl.handle.net/20.500.12692/38814>
- Ministerio de la producción. (2021). *Estadística MIPYME*. Obtenido de Estadística MIPYME:  
<https://ogeiee.produce.gob.pe/index.php/en/shortcode/estadistica-oee/estadisticas-mipyme>
- Molina Cabrera, J., & Macedo Mendoza, T. (18 de abril de 2017). *El costo de venta, Herramienta financiera útil para futuro las pymes en la economía mexicana*. Obtenido de Universidad de Veracruz: [https://www.uv.mx/iic/files/2018/01/horizontes\\_07\\_art08-1.pdf](https://www.uv.mx/iic/files/2018/01/horizontes_07_art08-1.pdf)
- Moloch Guevara, M. (2022). *Análisis de costos para mejorar la rentabilidad en los caficultores del distrito de Cajaruro, Utcubamba, Amazonas 2021 [Tesis de titulacion, Universidad Nacional ToribioRodríguez de Mendoza de Amazonas]*. Repositorio Institucional. Obtenido de



<https://repositorio.untrm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14077/2757/Molocho%20Guevara%20Maryori%20Lloneli.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Morales Rosales, M., & Valdivia Horna, R. (2020). *El costo de producción de la fresa y su influencia en la rentabilidad de la empresa “Crops Quito S.A.C”- Nuevo Chimbote 2020 [Tesis de titulación, Universidad Cesar Vallejo]*. Repositorio Institucional. Obtenido de <https://hdl.handle.net/20.500.12692/53507>

Muñoz Tavella, J. (20 de junio de 2023). *Rentabilidad: lo que debes de saber para potenciar tu negocio*. Obtenido de Agicap: <https://agicap.com/es/articulo/rentabilidad-empresarial/>

Normas Internacionales de contabilidad, N. (2020). *Normas Internacionales de contabilidad*. Obtenido de Ministerio de economía y finanzas: [https://www.mef.gob.pe/contenidos/conta\\_publico/nor\\_co/nic/SpanishRed2020\\_IAS\\_02\\_GVT.pdf](https://www.mef.gob.pe/contenidos/conta_publico/nor_co/nic/SpanishRed2020_IAS_02_GVT.pdf)

Peláez Vera, L. P. (2020). *Los costos de producción y la rentabilidad en los productores de pitahaya del Canton Pálora provincia de Morona Sanatiago [Tesis de titulación, Universidad de las Fuerzas Armadas]*. Repositorio institucional. Obtenido de <https://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/21862/1/T-ESPE-043464.pdf>

Pérez Carmona, A. (02 de abril de 2020). *La contabilidad del inventario*. Obtenido de Meetlogistics: <https://meetlogistics.com/inventario-almacen/la-contabilidad-del-inventario/>

Perucontable. (31 de marzo de 2023). *Costo de Ventas: Elementos que lo componen y como se calcula*. Obtenido de Costo de Ventas: Elementos que lo componen y como se calcula: <https://www.perucontable.com/contabilidad/costo-de-ventas-elementos-que-lo-componen-y-como-se-calcula/>

Quispe Estela, P. E. (2018). *“Estructura De Costos Para Fijar El Precio De Venta Del Café De La Cooperativa De Servicios Múltiples Sol & Café Ltda Jaen 2018 [Tesis de Bachiller, Universidad Señor de Sipán]*. Repositorio institucional. Obtenido de <https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/5307/Quispe%20Estela.pdf?s>

Reyes Ruidias, F. (2022). *Costo de ventas y su incidencia en la rentabilidad de la Empresa Contrastes Authentic Fashion SAC Agustino-Lima, periodo 2019-2021 [Tesis de*



- titulacion, Universidad Cesar Vallejo*]. Reposito institucional. Obtenido de <https://hdl.handle.net/20.500.12692/101016>
- Riofrio Lucas, I. P. (2020). *Costos de producción y su incidencia en la rentabilidad luego de pandemia en ferretería inglarek, período 2019 2020 [Tesis de titulacion, Universidad técnica de Machala]*. Repositorio Institucional. Obtenido de [http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/16000/1/T-3858\\_RIOFRIO%20LUCAS%20INGRID%20PAOLA.pdf](http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/16000/1/T-3858_RIOFRIO%20LUCAS%20INGRID%20PAOLA.pdf)
- Rioja Jimenez, S., & Salazar Rojas, F. (2021). *Sistema de costos por proceso y su influencia en al rentabilidad de la empresa avícola JV SAC Chiclayo [Tesis de titulacion. Universidad señor de Sipan]*. Repositorio institucional. Obtenido de <https://hdl.handle.net/20.500.12802/9174>
- Rodríguez Gutierrez, D. V. (2022). *Analisis de costos y su impacto en la rentabilidad de la empresa Evolución Dental, SAC 2020 [tesis de titulacion, Universidad Peruana de Ciencia e Informatica]*. Repositorio instucional. Obtenido de <http://repositorio.upci.edu.pe/handle/upci/627>
- Roman Hilario, Y., & Palacios Meza, J. (2023). *Costo de ventas y rentabilidad en la empresa de equipos de cómputo Grupo JRR Informatic Sociedad Anónima Cerrada-2021 [Tesis de titulación, Universidad Peruana los Andes]*. Repositorio institucional. Obtenido de <https://hdl.handle.net/20.500.12848/5747>
- Saltos Ruiz, G. R. (2022). *Control de costos y rentabilidad: caso carl plast, Ciudad de Portoviejo [Tesis de titulacion, Universidad Estatal del Sur de Manabí]*. Repositorio Institucional. Obtenido de <http://repositorio.unesum.edu.ec/handle/53000/3860>
- Sevilla Arias, A. (01 de marzo de 2020). *Economipedia*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/rentabilidad.html>
- Sociedad comercio exterior del peru. (2022). *Las micro y pequeñas empresas en el Perú Resultados en 2022*. Obtenido de Comexperu: <https://www.comexperu.org.pe/upload/articles/reportes/reporte-mypes-2022.pdf>
- Sociedad de Comercio Exterior del Peru. (18 de Junio de 2021). *EL NÚMERO DE MYPES PERUANAS SE REDUJO UN 48.8% EN 2020 Y LA INFORMALIDAD PASÓ AL 85% COMO CONSECUENCIA DE LA PANDEMIA*. Obtenido de EL NÚMERO DE MYPES PERUANAS SE REDUJO UN 48.8% EN 2020 Y LA INFORMALIDAD PASÓ AL 85% COMO CONSECUENCIA DE LA PANDEMIA:



<https://www.comexperu.org.pe/en/articulo/el-numero-de-mypes-peruanas-se-redujo-un-488-en-2020-y-la-informalidad-paso-al-85-como-consecuencia-de-la-pandemia>

SUNAT. (2016). *DEL REGIMEN PARA DETERMINAR LA RENTA*. Obtenido de SUNAT:  
<https://www.sunat.gob.pe/legislacion/renta/ley/capix.pdf>

Tomalá Castro, M. I. (2019). *Análisis de los costos de venta y sus efectos en los estados financieros empresa kuriquímica s.a periodo 2016-2017 [Tesis de titulación, Universidad de Guayaquil]*. Repositorio institucional. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/38857>

Uladech, C. (2023). *Reglamento de Integridad Científica en la Investigación, versión 001*. Obtenido de Uladech Católica: <https://www.uladech.edu.pe/la-universidad/transparencia/?search=integridad&lang=1&id=23&id=4>

Wiener Fresno, H. (26 de Setiembre de 2011). *Pontificia Universidad Católica del Perú*. Obtenido de blog: <http://blog.pucp.edu.pe/blog/dolaragujereado/2011/09/26/la-empresa-en-la-teoria-de-coase/>


Yardin, A. (setiembre de 2002). *UNA REVISIÓN A LA TEORÍA GENERAL DEL COSTO*. Obtenido de Scielo: <https://www.scielo.br/j/rcf/a/cFbM5tD3N4YKgMqrpV8wy/?format=pdf&lang=es>

**ECT**Revista Científica Emprendimiento  
Científico Tecnológico

ISSN: 2810 – 8493

<https://revista.ectperu.org.pe/index.php/ect/index>**ANEXOS PARA EL ANÁLISIS: Estados financieros****Estado de situación financiera****COMERCIO Y SERVICIOS INDUSTRIALES JJ PERU S.R.L. - CSI PERU S.R.L.**URB. EL ACERO MZ K LOTE 4 - CHIMBOTE  
RUC: 20609137402**COMERCIO Y SERVICIOS INDUSTRIALES JJ PERU S.R.L. - CSI PERU S.R.L.  
ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA  
DEL 01 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2022  
EXPRESADOS EN SOLES**

ACTIVOS		COMERCIO Y SERVICIOS INDUSTRIALES JJ PERU S.R.L. - CSI PERU S.R.L.				PASIVO Y PATRIMONIO		
		HISTORICO	AJUSTADO	%		HISTORICO	AJUSTADO	%
<b>Activo Corriente</b>		<b>93,629.34</b>	<b>93,629.34</b>	91.90	<b>Pasivo Corriente</b>	<b>33,815.00</b>	<b>33,815.00</b>	33.12
Efectivo y Equivalente de Efectivo	(NOTA 1)	4,605.99	4,605.99	4.51	Sobregiro bancarios	(NOTA 11)	0	-
Cuentas por Cobrar Comerciales - Terceros	(NOTA 2)	13,249.90	13,249.90	12.98	Tributos por Pagar	(NOTA 12)	-9,846.00	-9.64
Cuentas por Cobrar Accionistas (o socios) y Personal	(NOTA 3)	-	-	-	Cuentas por Pagar Comerciales - Terceros	(NOTA 13)	43,681.00	42.76
Cuentas por cobrar Diversas	(NOTA 4)	82.00	82.00	0.08	Remuneraciones y Particip. por Pagar	(NOTA 14)	-	-
Serv. Y otros contratados por anticipado	(NOTA 5)	-	-	-				
Materiales Auxiliares y suministros	(NOTA 6)	75,891.45	75,891.45	74.33	<b>Pasivo No Corriente</b>	<b>35,090.00</b>	<b>35,090.00</b>	34.37
					Cuentas por Pagar Aco, Directores y ger.	(NOTA 15)	35,090.00	34.37
					Obligaciones Financieras	(NOTA 16)	-	-
					Cuentas por pagar diversas - Terceros	(NOTA 17)	-	-
<b>Activo No Corriente</b>		<b>8,270.12</b>	<b>8,270.12</b>	8.10	<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>68,905.00</b>	<b>68,905.00</b>	67.49
Inmuebles, Maquinarias y Equipos	(NOTA 7)	9,086.44	9,086.44	8.90	<b>PATRIMONIO</b>	<b>33,194.46</b>	<b>33,194.46</b>	32.51
Intangibles	(NOTA 8)	-	-	-	Capital	(NOTA 18)	11,150.00	10.92
Depreciación de IME Amortización Acumulada.	(NOTA 9)	-818.32	-818.32	-0.80	Resultado del Ejercicio - Utilidad	(NOTA 19)	22,044.46	21.59
Activo Diferido	(NOTA 10)	-	-	-	Perdida acumulada	(NOTA 20)	-	-
<b>TOTAL ACTIVO</b>		<b>102,099.46</b>	<b>102,099.46</b>	100.00	<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>102,099.46</b>	<b>102,099.46</b>	100.00

  
 -----  
**Jersson Anthony Remaycuna Azaña**  
 -----  
**CSI PERU S.R.L.**  
 Gerente General  
 -----  
 JERSSON ANTHONY REMAYCUNA AZAÑA  
 GERENTE GENERAL

  
 -----  
**C.P.C. JOSE CARLOS BACA ESCURRA**  
 N° MATRICULA 02-7437





## Estado de resultados integrales

**COMERCIO Y SERVICIOS INDUSTRIALES JJ PERU S.R.L. - CSI PERU S.R.L.**  
 URB. EL ACERO MZ K LOTE 4 - CHIMBOTE  
 RUC: 20609137402

**COMERCIO Y SERVICIOS INDUSTRIALES JJ PERU S.R.L. - CSI PERU S.R.L.**  
**ESTADO DE RESULTADOS INTEGRALES**  
**DEL 01 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2022**  
**(EXPRESADOS EN SOLES)**

	S/	%
VENTAS NETAS	265,726.04	100.00
COSTO DE VENTAS	232,580.83	87.53
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>33,145.21</b>	<b>12.47</b>
GASTOS ADMINISTRATIVOS	4,866.35	1.83
GASTOS DE VENTAS	3,784.15	1.42
GASTOS FINANCIEROS	-	-
<b>UTILIDAD DE OPERACIÓN</b>	<b>24,492.71</b>	<b>9.22</b>
OTROS INGRESOS Y EGRESOS		
INGRESOS EXCEPCIONALES	1.13	
INGRESOS FINANCIEROS	0.62	0.00
OTROS GASTOS OPERATIVOS		
<b>UTILIDAD O PERDIDA ANTES DEL REI</b>	<b>24,494.46</b>	<b>9.22</b>
<b>REI DEL EJERCICIO</b>		
<b>UTILIDAD O PERDIDA ANTES DE PARTICIPACIONES E IMPUESTOS</b>	<b>24,494.46</b>	<b>9.22</b>
IMPUESTO A LA RENTA	2,450.00	0.92
<b>RESULTADO DE PERIODO</b>	<b>22,044.46</b>	<b>8.30</b>

  
 Jersson Anthony Remaycuna Azaña  
 CSI PERU S.R.L.  
 Gerente General

JERSSON ANTHONY REMAYCUNA AZAÑA  
 GERENTE GENERAL



C.P.C. JOSE CARLOS BACA ESCURRA  
 N° MATRICULA 02-7437

**Resumen de participantes y colaboradores:**

**Jeffre Gianpierre Urbina Soto:** Elaboró el proyecto de tesis, realizó en el recojo de datos propios del caso de estudio a través del instrumento, elaboró los resultados y las conclusiones a través de un esquema de tesis debidamente reglamentado.

**Yuri Gagarín Gonzales Rentería:** Asesor de la investigación, realizó el análisis de datos respecto a la técnica documentaria, contrastó la información recolectada a través de la comparación con los antecedentes. Elaboró la metodología de investigación. Actualizó las referencias bibliográficas y mejoró las conclusiones como resultado del estudio. Adaptó y gestionó el estudio al esquema del artículo científico publicado.