



UNIVERSIDAD
AUTÓNOMA
DE ICA

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE ICA
FACULTAD DE INGENIERÍA, CIENCIAS Y ADMINISTRACIÓN
PROGRAMA ACADÉMICO DE CONTABILIDAD

TESIS

Gestión de costos y la rentabilidad en el centro comercial Asociación
Ferial Siglo XX, venta de electrodomésticos, Arequipa 2025

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Cultura y organización

PRESENTADO POR

Ccoto Chatata, Sonia Josefina
Alvarez Meneses, Brenda Jennifer

**TESIS DESARROLLADA PARA OPTAR EL TÍTULO
PROFESIONAL DE CONTADORA PUBLICA**

ASESOR

Dr. Angeles Morales, Julio César
<https://orcid.org/0000-0002-7470-8154>

Chincha, Perú, 2025

CONSTANCIA DE APROBACIÓN DE INVESTIGACIÓN



UNIVERSIDAD
AUTÓNOMA
DE ICA

CONSTANCIA DE APROBACIÓN DE INVESTIGACIÓN

Chincha, 19 de setiembre del 2025

Dra. Mariana Alejandra Campos Sobrino
Decana de la Facultad de Ingeniería, Ciencias y Administración Universidad
Autónoma de Ica.

Presente. -

De mi especial consideración:

Sirva la presente para saludarla e informar que, la **Bach. SONIA JOSEFINA CCOTO CHATATA**, y la **Bach. BRENDA JENNIFER ALVAREZ MENESES**, de la Facultad de Ingeniería, Ciencias y Administración, del programa Académico de CONTABILIDAD, han cumplido con elaborar su:

PROYECTO DE TESIS

TESIS

TITULADO:

“GESTIÓN DE COSTOS Y LA RENTABILIDAD EN EL CENTRO COMERCIAL ASOCIACIÓN FERIAL SIGLO XX, VENTA DE ELECTRODOMÉSTICOS, AREQUIPA 2025”

Por lo tanto, quedan expeditas para continuar con el procedimiento correspondiente para solicitar la emisión de la resolución para la designación de Jurado, fecha y hora de sustentación de la Tesis para la obtención del Título Profesional.

Agradezco por anticipado la atención a la presente, aprovecho la ocasión para expresar los sentimientos de mi especial consideración y deferencia personal. Cordialmente,

JULIO CÉSAR ANGELES MORALES
CODIGO ORCID: 0000-0002-7470-8154
DNI: 32796107

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

NO REDACTADO
EN ESTA
NOTARIA



DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

Yo, BRENDA JENNIFER ALVAREZ MENESES, identificado(a) con DNI N°42833716 y SONIA JOSEFINA CCOTO CHATATA, identificado(a) con DNI N°40020438, en nuestra condición de estudiantes del programa de estudios de CONTABILIDAD de la Facultad de INGENIERÍA, CIENCIAS Y ADMINISTRACIÓN en la Universidad Autónoma de Ica y que habiendo desarrollado la Tesis titulada: GESTIÓN DE COSTOS Y LA RENTABILIDAD EN EL CENTRO COMERCIAL ASOCIACIÓN FERIAL SIGLO XX, VENTA DE ELECTRODOMÉSTICOS 2025, declaramos bajo juramento que:

- a. La investigación realizada es de nuestra autoría
- b. La tesis no ha cometido falta alguna a las conductas responsables de investigación, por lo que, no se ha cometido plagio, ni auto plagio en su elaboración.
- c. La información presentada en la tesis se ha elaborado respetando las normas de redacción para la citación y referenciación de las fuentes de información consultadas. Así mismo, el estudio no ha sido publicado anteriormente, ni parcial, ni totalmente con fines de obtención de algún grado académico o título profesional.
- d. Los resultados presentados en el estudio, producto de la recopilación de datos son reales, por lo que, el(la) investigador(a) no ha incurrido ni en falsedad, duplicidad, copia o adulteración de estos, ni parcial, ni totalmente.
- e. La investigación cumple con el porcentaje de similitud establecido según la normatividad vigente de la Universidad (no mayor al 28%), el porcentaje de similitud alcanzado en el estudio es del:

23%

Autorizamos a la Universidad Autónoma de Ica, de identificar plagio, autoplagio, falsedad de información o adulteración de estos, se proceda según lo indicado por la normatividad vigente de la universidad, asumiendo las consecuencias o sanciones que se deriven de alguna de estas malas conductas.

Escritorio del C. Notario

Chincha Alta, 20 de SETIEMBRE del 2025



[Handwritten signature of Brenda Jennifer Alvarez Meneses]

BRENDA JENNIFER ALVAREZ
MENESES
DNI: 42833716



[Handwritten signature of Sonia Josefina Ccoto Chatata]

SONIA JOSEFINA CCOTO CHATATA
DNI: 40020438

CERTIFICO: La autenticidad de la(s) firma(s)
de: Brenda Jennifer Alvarez Meneses
Sonia Josefina Ccoto Chatata
Identificado(s) con: 42833716
40020438
Se legalizan las firmas mas no el contenido. Doy fe.
Arequipa,



20 SEP. 2025



Rubén Bolívar Callata
NOTARIO DE AREQUIPA



0118499105



**NOTARIA
BOLIVAR CALLATA RUBEN RAUL
SERVICIO DE AUTENTICACIÓN E IDENTIFICACIÓN BIOMÉTRICA**



INFORMACIÓN PERSONAL

DNI 42833716
Primer Apellido ALVAREZ
Segundo Apellido MENESES
Nombres BRENDA JENNIFER

CORRESPONDE

Al menos una impresión dactilar capturada (segunda impresión dactilar) corresponde al DNI consultado.



ALVAREZ MENESES, BRENDA JENNIFER
DNI 42833716

**INFORMACIÓN DE CONSULTA
DACTILAR**

Operador: 74826127 - Milton Ernesto Anas Marron

Fecha de Transacción: 20-09-2025 13:07:16

Entidad: 10400425502 - BOLIVAR CALLATA RUBEN RAUL

VERIFICACIÓN DE CONSULTA

Puede verificar la información en línea en:
<https://serviciosbiometricos.reniec.gob.pe/identifica/verification.do>

Número de Consulta: 0118499105





0118499133



**NOTARIA
BOLIVAR CALLATA RUBEN RAUL
SERVICIO DE AUTENTICACIÓN E IDENTIFICACIÓN BIOMÉTRICA**



INFORMACIÓN PERSONAL

DNI 40020438
Primer Apellido CCOTO
Segundo Apellido CHATATA
Nombres SONIA JOSEFINA

CORRESPONDE
La primera impresión dactilar capturada corresponde al DNI consultado. La segunda impresión dactilar capturada corresponde al DNI consultado.



CCOTO CHATATA, SONIA JOSEFINA
DNI 40020438

INFORMACIÓN DE CONSULTA DACTILAR

Operador: 74826127 - Milton Ernesto Arias Manon

Fecha de Transacción: 20-09-2025 13:08:02

Entidad: 10400425502 - BOLIVAR CALLATA RUBEN RAUL

VERIFICACIÓN DE CONSULTA

Puede verificar la información en línea en: <https://serviciosbiometricos.reniec.gob.pe/identifica3/verificacion.do>

Número de Consulta: 0118499133



DEDICATORIA

El presente trabajo de investigación está dedicado a nuestra familia por su apoyo incondicional. Por ser la razón de cada uno de nuestros pasos y, sobre todo, nos enseña que la vida está llena de retos, retos que debemos afrontar para alcanzar nuestras metas.

AGRADECIMIENTO

Agradecemos esta tesis a Dios que siempre ha guiado nuestros pasos, las alegrías de la vida, el cumplimiento de nuestros sueños, las oportunidades de elección y todas las experiencias que acompañan nuestro constante aprendizaje en el transcurso de nuestra vida.

Agradecemos a nuestros hijos, ellos son el motor de vida y nos hacen seguir adelante todos los días.

Agradecemos al Centro Comercial Asociación Ferial Siglo XX, ubicada en la plataforma Andrés Avelino Cáceres, de la ciudad de Arequipa, Perú, por abrirnos las puertas de sus instalaciones y brindarnos acceso a información esencial para nuestra investigación.

Asimismo, queremos agradecer a la Universidad Autónoma de Ica facultad de ingeniería, ciencias y administración programa académico de contabilidad, por brindarnos temas básicos relacionados con la carrera de contador, con el objetivo de culminar con éxito nuestro estudio.

RESUMEN

En el presente trabajo de tesis, se desarrollará el impacto que tiene una adecuada gestión de costos en la rentabilidad de una empresa comercial. El objetivo general es determinar la relación de gestión de costos y la rentabilidad en el Centro Comercial Asociación Ferial Siglo XX, Venta de electrodomésticos, Arequipa 2025. Para el mismo, se utilizó un enfoque cuantitativo, correlacional, de tipo básico, con un diseño no experimental y descriptivo correlacional. Se contempla el uso de toda la población de 60 individuos, compuesta por gerentes, contadores y auxiliares contables; se empleará la encuesta como instrumento para la recolección de datos y se aplicarán técnicas de análisis y procesamiento de datos descriptivas e inferenciales. Tras la investigación, se observa que, en el Centro comercial, el 46.7% de los comerciantes muestran un nivel deficiente de la gestión de costos, mientras que el 53.3 % se encuentra en un nivel regular y el 0.0% en un nivel eficiente, indicando que la mayoría tiene un control regular de los costos. Mientras que el 10.0% de los comerciantes presentan un nivel deficiente de rentabilidad, el 50.0 % un nivel regular y el 40.0 % un nivel eficiente, lo que sugiere que hay áreas a verificar, para obtener una mejor rentabilidad. Se concluye que la gestión de costos impacta significativamente en la rentabilidad en el Centro Comercial Asociación Ferial Siglo XX, Venta de Electrodomésticos, Arequipa 2025. Lo que indica una correlación moderada y directa entre las dos variables y sus dimensiones.

Palabras claves: Gestión de costos, rentabilidad

ABSTRACT

In this thesis, the impact of proper cost management on the profitability of a commercial company will be discussed. The overall objective is to determine the relationship between cost management and profitability at the Asociación Ferial Siglo XX Shopping Center, a home appliance retailer in Arequipa 2025. A basic, correlational, quantitative approach was used, with a non-experimental, descriptive, correlational design. The entire population of 60 individuals, comprised of managers, accountants, and accounting assistants, will be used. A survey will be used as a data collection instrument, and descriptive and inferential data analysis and processing techniques will be applied. The research shows that, in the shopping center, 46.7% of merchants show a poor level of cost management, while 53.3% are at a fair level, and 0.0% are at an efficient level, indicating that the majority have fair cost control. Meanwhile, 10.0% of merchants show a poor level of profitability, 50.0% at a fair level, and 40.0% at an efficient level, suggesting that there are areas that need to be addressed to achieve improved profitability. It is concluded that cost management significantly impacts profitability at the Asociación Ferial Siglo XX Shopping Center, Home Appliance Sales, Arequipa 2025. This indicates a moderate and direct correlation between the two variables and their dimensions.

Keywords: Cost management, profitability

ÍNDICE GENERAL

		Pág.
Portada		I
Constancia de aprobación de la investigación		II
Declaratoria de autenticidad de la investigación		III
Dedicatoria		VII
Agradecimiento		VIII
Resumen		IX
Abstract		X
Índice general /Índice de tablas académicas y de figuras		XI
I. INTRODUCCIÓN		11
II. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA		13
2.1	Descripción del Problema	13
2.2.	Pregunta de investigación general	16
2.3	Preguntas de investigación específicas	16
2.4	Objetivo general	17
2.5	Objetivos específicos	17
2.6	Justificación e importancia	17
2.7	Alcances y limitaciones	19
III. MARCO TEÓRICO		21
3.1	Antecedentes	21
3.2	Bases Teóricas	28
3.3	Marco conceptual	40
IV. METODOLOGÍA		43
4.1	Tipo y Nivel de la investigación	43
4.2	Diseño de la investigación	43
4.3	Hipótesis general y específicas	44
4.4	Identificación de las variables	45
4.5	Matriz de operacionalización de variables	47
4.6	Población-muestra	48
4.7	Técnicas e instrumentos de recolección de datos	49
4.8	Técnicas de análisis y procesamiento de datos	50

V. RESULTADOS		52
5.1	Presentación de Resultados	52
5.2	Interpretación de los Resultados	62
VI. ANALISIS DE LOS RESULTADOS		65
6.1	Análisis inferencial	65
VII. DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS		69
7.1	Comparación de los resultados	69
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES		72
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS		74
ANEXOS		83
Anexo 1: Matriz de consistencia		84
Anexo 2: Instrumento de recolección de datos		86
Anexo 3: Ficha de validación de instrumentos de medición		88
Anexo 4: Base de datos		94
Anexo 5: Evidencia fotográfica		98
Anexo 6: Informe de turnitin al 28% de similitud		100

INDICE DE TABLAS

		Pág.
Tabla 1	Muestra de la población	49
Tabla 2	Resumen de procesamiento de datos	50
Tabla 3	Estadística de Fiabilidad de la Variable Gestión de Costos	51
Tabla 4	Estadística de Fiabilidad de la Variable Rentabilidad	51
Tabla 5	Distribución de frecuencia de la Variable de Gestión de costos	52
Tabla 6	Distribución de frecuencia de la Variable de Rentabilidad	53
Tabla 7	Distribución de frecuencia de la dimensión Costo de Adquisición	53
Tabla 8	Distribución de frecuencia de la dimensión Costo de Inventario	54
Tabla 9	Distribución de frecuencia de la dimensión Costo de venta	55
Tabla 10	Distribución de frecuencia de la dimensión Rentabilidad Económica	55
Tabla 11	Distribución de frecuencia de la dimensión Rentabilidad Financiera	56
Tabla 12	Distribución de frecuencia de la dimensión Margen de Utilidad	57
Tabla 13	Variable Gestión de Costos y Rentabilidad	58
Tabla 14	Costo Adquisición con la Rentabilidad	59
Tabla 15	Costo Inventario con la Rentabilidad	60
Tabla 16	Costo Venta con la Rentabilidad	61
Tabla 17	Prueba e Normalidad	65
Tabla 18	Correlación de Gestión de Costos y Rentabilidad	66
Tabla 19	Hipótesis Especifica1- Costo de Adquisición y Rentabilidad	67
Tabla 20	Hipótesis Especifica2- Costo de Inventario y Rentabilidad	67
Tabla 21	Hipótesis Especifica3- Costo de Venta y Rentabilidad	68

INDICE DE FIGURAS

		Pág.
Figura 1	Formula de Costos de Ventas	34
Figura 2	Observación de la realidad problemática	44
Figura 3	Gestión de Costos	52
Figura 4	Rentabilidad	53
Figura 5	Costo de Adquisición	54
Figura 6	Costo de Inventario	54
Figura 7	Costo de venta	55
Figura 8	Rentabilidad Económica	56
Figura 9	Rentabilidad Financiera	56
Figura 10	Margen de Utilidad	57
Figura 11	Variable Gestión de Costos y Rentabilidad	58
Figura 12	Costo Adquisición y Rentabilidad	59
Figura 13	Costo Inventario y Rentabilidad	60
Figura 14	Costo Venta y Rentabilidad	61

I. INTRODUCCIÓN

El presente trabajo, tiene como objetivo general determinar la relación de gestión de costos y la rentabilidad dentro del Centro Comercial Asociación Ferial Siglo XX 2025, ubicada en la plataforma Andrés Avelino Cáceres, de la ciudad de Arequipa, dedicada la venta de artefactos eléctricos de Línea Blanca y línea marrón, de marcas de Samsung, Mabe, LG, Indurama, Winia, Aghaso, Electrolux, Sole, Midea, Klimatic, entre otros. Iniciando su actividad comercial en el año 1990 a la actualidad.

En el Perú, este sector es una muestra clara del poder adquisitivo, dado que, al existir un crecimiento continuo y sostenible en el tiempo, resulta atractivo para una oportunidad de inversión empresarial.

Esto promueve el crecimiento de los sectores y empresas más competitivas del país, ampliando el margen de elección de los consumidores a precios más bajos. La expansión de centros comerciales como los Malls en el sector Retails, son una amenaza para los centros comerciales nacionales, entre ellas las micro, pequeña y medianas empresas, ya que es difícil competir con el precio de venta y la facilidad de pago, que brinda a los clientes.

El propósito de este estudio es dar a conocer el análisis de gestión de costos en las empresas, para la evaluación de las perspectivas y el riesgo y poder ayudar a la toma de decisiones en lo que respecta el precio de costo y el precio de venta para poder conocer la rentabilidad que refleja la venta. A su vez, se puede pronosticar gastos futuros para reducir el riesgo de gastos excesivos en el presupuesto. El uso de la gestión de costos optimiza el uso de los recursos disponibles, manejando estrategias de gestión de costos que permitan incrementar la rentabilidad.

El proyecto actual consta de siete capítulos. En el primer capítulo se presentará una breve introducción sobre la investigación que se llevará a cabo. En el segundo capítulo se abordará el Planteamiento del problema, donde se explicará el problema de estudio, se formularán las preguntas de

investigación generales y específicas, se establecerán los objetivos generales y específicos de la investigación y se destacará la justificación y relevancia de la misma. El tercer capítulo incluirá el Marco Teórico, que abarca antecedentes a nivel internacional y nacional, fundamentos teóricos y el marco conceptual necesario para realizar la investigación. El cuarto capítulo se centrará en la metodología, que tendrá un enfoque cuantitativo, correlacional, de tipo básico, con un diseño no experimental y descriptivo correlacional. Se contempla el uso de toda la población de 60 individuos, compuesta por gerentes, contadores y auxiliares contables; se empleará la encuesta como instrumento para la recolección de datos y se aplicarán técnicas de análisis y procesamiento de datos descriptivas e inferenciales. En el quinto capítulo Resultados, veremos la presentación e interpretación los mismos. El sexto capítulo Análisis de los resultados, veremos el análisis inferencial, y el séptimo capítulo Discusión de los resultados, se realizará la comparación de los resultados.

Las autoras.

II. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

2.1. Descripción del problema

Los centros comerciales hoy en día son más competitivos, encontrándose que la mayoría de estos desconocen o llevan un mal manejo de los costos, obteniendo una rentabilidad ficticia, ya que no se sabe con exactitud cuanta ganancia se ha generado en un periodo.

La descripción del problema conlleva a tratar de reducir los costos para satisfacer las enormes demandas de los diferentes competidores del mercado, ya que, debido a los cambios tecnológicos, las empresas necesitan un buen manejo de gestión de costos que reduzca los riesgos para lograr sus objetivos. Buscando optimizar el uso de los recursos de la empresa a través de la gestión de costos y eliminar costos y gastos innecesarios, reducir el tiempo requerido para cambiar el punto de venta, minimizar el riesgo de la toma de decisiones y así lograr medir el margen de utilidad.

En otros países, como Colombia, se presenta el reto de la escasa utilización de la gestión de costos para alcanzar una rentabilidad favorable, en especial entre las pequeñas y medianas empresas que carecen de un adecuado control y categorización de los costos. Estos gastos pueden dividirse en: costos directos, costos indirectos, costos controlables, costos fijos y costos variables. La administración de costos es un tema de creciente interés debido a la necesidad que tienen las empresas de progresar constantemente en un mercado global muy competitivo. Es importante destacar que la información contable se convierte en el recurso esencial para la gestión de costos, dado que hay una formación limitada o inexistente para establecer el costo estándar y los presupuestos. La identificación de los costos y su impacto en la rentabilidad de las pequeñas y medianas empresas (PYMES) es crucial (Ochoa et al 2023).

En la provincia de Manabí, Ecuador; Caicedo & Zambrano (2023), indican que la mayoría de las empresas dedicadas al servicio al cliente carecen de estrategias para su crecimiento. A pesar de que han avanzado con el tiempo en cuanto a infraestructura, servicios y atención al consumidor, los métodos de gestión siguen siendo rudimentarios y carecen de una proyección que les permita potenciar su rentabilidad. El estudio sobre este sector revela que entre las principales falencias que afectan la rentabilidad de los establecimientos se hallan: la falta de alineación de los servicios ofrecidos y las instalaciones con las expectativas del cliente, una calidad de servicio deficiente, una escasa investigación sobre el valor agregado, pocas atracciones para los consumidores y bajos índices de innovación. Un aspecto clave es el análisis de los costos asociados con los negocios que proporcionan atención al cliente. Los costos generados afectan de manera directa la rentabilidad económica, un aspecto que se ha analizado poco desde una perspectiva práctica.

A nivel nacional, de acuerdo con Torres et al. (2024), en la zona de Junín, no se ha realizado un estudio exhaustivo sobre los costos estratégicos para evaluar el efecto que estos tienen en la rentabilidad de las empresas. Desde el enfoque de una revisión exhaustiva, se observa una notable disparidad entre las pequeñas y microempresas en comparación con las grandes, principalmente a causa de los elevados gastos para modernizar su infraestructura. Además, varios factores influyen negativamente en su rendimiento, dado que no logran adoptar soluciones tecnológicas y de formación de personal que les permita ser competitivos en el mercado y hacer frente a problemas globales comunes.

En Chiclayo, distrito Pimentel, Julca (2023), los problemas encontrados en la empresa tienen un margen de utilidad bruta de menos del 5% en los años 2019, 2020 y 2021, lo que implica una débil eficiencia en la conexión entre ingresos y gastos. El análisis de los costos de ventas revela fluctuaciones en la rentabilidad; a pesar de que los costos siguen

siendo altos, se observó que no poseen estrategias de gestión de costos de ventas que ayuden a optimizar la rentabilidad.

En el Callao, Aznaran (2022), los inconvenientes identificados en la empresa se centran en la ineficiencia de la administración de sus costos actuales, puesto que carecen de datos precisos acerca de los gastos generados en el servicio. La empresa no tiene un esquema que le permita maximizar sus recursos ni reducir sus costos, lo que a su vez es fundamental para elevar la rentabilidad que requiere. Asimismo, la falta de una gestión de costos adecuada y un seguimiento exhaustivo de los recursos necesarios para sus operaciones ha revelado una pérdida vinculada a los gastos indirectos.

En Lima, distrito de Ate, Quiquia (2021), el inconveniente detectado en la empresa del sector es que no poseen un sistema eficaz de control de costos que les permita establecer el costo exacto de sus servicios, lo que impacta negativamente en la rentabilidad de la empresa. Al carecer de una evaluación y reconocimiento de los costos y gastos reales, se dificulta la obtención de información precisa, lo que provoca que la rentabilidad que logran no sea verdadera ni fiable.

En el distrito de Tarapoto, en la provincia y departamento de San Martín, Lozano et al. (2021), señalan que las dificultades detectadas en ejercicios previos han originado inconsistencias en la administración de los inventarios de la empresa, lo que implica que no se cuenta con un adecuado control de los mismos. Además, se presentan fallas en los programas informáticos que, a su vez, han dificultado un control de los productos, provocando una inestabilidad financiera al finalizar el periodo, con resultados negativos en la rentabilidad.

El centro comercial Asociación Ferial Siglo XX, se encuentra en la ciudad de Arequipa, la cual pertenece al rubro comercio, dentro de esta se encuentran tiendas que se dedican a la venta de Electrodomésticos, estas presentan problemas de reconocimientos de costos reales para obtener una mejor rentabilidad.

A pesar de la antigüedad y experiencia, no cuenta con un área de costos, lo que indica que no se han registrado más costos al cierre del período que se informa en un mes determinado, por lo que es difícil determinar la utilidad real por ventas, donde el cálculo de costos se basa en la experiencia, no sé logró obtener beneficios reales. En fin, la competencia desleal creada por la informalidad de beneficiarse de una buena demanda de ventas sin un sistema de costo, existe la posibilidad de perder oportunidades debido a una actividad de costo inadecuada en favor de una gestión de costo adecuada que impide la aprobación del período, no puede descifrar el verdadero beneficio de la empresa. La gestión de costos incide en la rentabilidad de las empresas, ya que les permite estimar el beneficio obtenido por cada venta, facilitando así las negociaciones con los clientes mediante la especificación de los precios de los productos. Con estrategias de control de costos, los costos deben reducirse para generar una mayor rentabilidad, que es una parte integral de hacer negocios.

2.2. Pregunta de investigación general

¿Cuál es la relación entre la gestión de costos y la rentabilidad en el Centro Comercial Asociación Ferial Siglo XX, Venta de Electrodomésticos Arequipa 2025?

2.3. Preguntas de investigación específicas

P.E.1:

¿Cuál es la relación entre el costo de adquisición y la rentabilidad en el Centro Comercial Asociación Ferial Siglo XX, Venta de Electrodomésticos Arequipa 2025?

P.E.2:

¿Cuál es la relación entre el costo de inventario y la rentabilidad en el Centro Comercial Asociación Ferial Siglo XX, Venta de Electrodomésticos Arequipa 2025?

P.E.3:

¿Cuál es la relación entre el costo de venta y la rentabilidad en el Centro Comercial Asociación Ferial Siglo XX, Venta de Electrodomésticos Arequipa 2025?

2.4. Objetivo General

Determinar la relación de gestión de costos y la rentabilidad en el Centro Comercial Asociación Ferial Siglo XX, Venta de Electrodomésticos Arequipa 2025.

2.5. Objetivos específicos.

O.E.1:

Determinar la relación entre el costo de adquisición y la rentabilidad en el Centro Comercial Asociación Ferial Siglo XX, Venta de Electrodomésticos Arequipa 2025.

O.E.2:

Determinar la relación entre el costo de inventario y la rentabilidad en el Centro Comercial Asociación Ferial Siglo XX, Venta de Electrodomésticos Arequipa 2025.

O.E.3:

Determinar la relación entre el costo de venta y la rentabilidad en el Centro Comercial Asociación Ferial Siglo XX, Venta de Electrodomésticos Arequipa 2025.

2.6. Justificación e Importancia

Justificación Teórica.

Esta disertación se fundamenta teóricamente en la generación de conocimiento sobre la gestión de costos y la rentabilidad. Se proporcionará un marco teórico detallado y fuentes confiables de información para ayudar a comprender conceptos básicos sobre

materias de finanzas, mercado y contabilidad, que nos ayuden a manejar empresas comercializadoras y a su vez, como estos costos se relacionan con la rentabilidad. Para tomar decisiones basadas en hechos, primero hay que entender las variables que se estudian en la gestión de costos.

Justificación Científica.

Este estudio examina los métodos y técnicas que estructuran la información obtenida a través de la recopilación de datos significativos, los cuales investigarán la conexión entre las variables gestión de costos y la rentabilidad. Es decir, ofrecer nuevos alcances para ser aplicados por diferentes investigadores, para la toma de decisiones y resolver la problemática encontrada.

Justificación Metodológica.

La realización de este estudio, utilizará un enfoque cuantitativo, de diseño no experimental y descriptivo correlacional, con la aplicación de instrumentos de recolección de datos con una población de 60 individuos, donde se aplicarán técnicas de análisis y procesamiento de datos inferenciales. Se desarrollarán en función de los indicadores seleccionados y servirán como aporte para otros investigadores que trabajen en preguntas similares a la relación que existe entre la gestión de costos y la rentabilidad. Esta investigación es importante por su significado práctico, la cual busca resolver la problemática existente en el centro comercial.

Justificación Práctica.

Este trabajo demostrará de manera práctica que, al examinar la relación entre la gestión de costos y la rentabilidad en el centro comercial ubicada en la ciudad de Arequipa, esta podrá tomar decisiones y aumentar su rentabilidad al comenzar a comprender las variables del problema de estudio.

Justificación Social.

Este estudio es relevante dado que pretende analizar las razones detrás del escaso uso de la gestión de costos y como está relacionado con la rentabilidad, buscando el uso correcto de cuentas contables que faciliten un adecuado control y produzcan un beneficio tangible, para los comerciantes del centro comercial. Para ello se utilizará información proporcionada por los colaboradores de la Asoc. Ferial Siglo XX, del área de venta de artefactos electrodomésticos.

Importancia

La presente tesis abordara la problemática presentada en el centro comercial Asociación Ferial Siglo XX de la ciudad de Arequipa, con respecto a las deficiencias encontradas en la gestión de costos y como esta influye o se relaciona con la rentabilidad, ya que a pesar de ser un centro comercial con varios años en el negocio, los socios no cuenta con un sistema de gestión de costos, costos que a la actualidad son abordados de manera empírica, lo que genera un deficiente resultado en la rentabilidad, se espera proponer alternativas de solución, para implementar un sistema de gestión de costos y este refleje la rentabilidad real de sus asociados, ya que de seguir con la problemática conllevaría incluso cerrar las diferentes tiendas que funcionan dentro del centro comercial, más aun teniendo a su alrededor comerciantes informales que compiten con precios bajos.

2.7. Alcances y limitaciones

Alcances

En el centro comercial Asociación Ferial Siglo XX se requiere evaluar el conocimiento sobre la gestión de costos y como esta afecta la rentabilidad de los comerciantes, son parte de la muestra de estudio 20 tiendas; así mismo la relación entre ambas variables para formular en base a resultados, un mejor manejo de recursos para optimizar la rentabilidad esperada por los comerciantes.

Limitaciones

Las limitaciones encontradas en un inicio, son la falta de proporción de información, debido a la desconfianza de los comerciantes, por brindar datos que los perjudiquen o esos datos sean utilizados por la competencia; falta de tiempo para los encuestados por carga de trabajo, luego de superar el impase se pudo completar la encuesta sin mucha dificultad, mostrando una actitud cooperativa hacia la encuesta.

III. MARCO TEÓRICO

3.1. Antecedentes

Al revisar las fuentes físicas y virtuales se ha podido ubicar trabajos que guardan relación indirecta con cada una de nuestras variables, siendo estos valiosos aportes:

Internacionales

Casanova et al. (2023), en su artículo La contabilidad de costos y su incidencia en la rentabilidad de las PYMES, nos indica que en Ecuador las pequeñas y medianas empresas representan el 99% de la economía empresarial, por consiguiente, se destaca la relevancia de este sector económico. Llevándose a cabo un análisis detallado de la gestión contable centrada en la gestión de costos de las empresas productoras del país. La gestión de costos es una herramienta fundamental para la toma de decisiones en la empresa. Esta área provee la información necesaria para la fijación de precios, la realización de adquisiciones y la segmentación de productos, entre otras actividades clave. Se evidencia claramente el impacto que tiene la información generada a través de la contabilidad de costos en la rentabilidad de las empresas. Se requiere como objetivo de la investigación confrontar la importancia de la información de costos y su incidencia directa en la rentabilidad a través de la toma de decisiones. La metodología aplicada es de carácter cuantitativo de base exploratoria ya que se realizó revisiones bibliográficas.

Mera (2022), Los Costos de Producción y la Rentabilidad en la empresa Grupo Jimevi, en tiempos de Covid-19, dedicada al rubro restaurantes; El objetivo principal es examinar los gastos de producción y la rentabilidad durante el período del Covid. Se indica que los inventarios emplean un sistema de promedio ponderado y que la mano de obra se calcula según el tiempo y las actividades de producción. Finalmente, se determinó que la mejor alternativa era modificar la valoración de inventarios y establecer un precio de venta

que ofrezca un mayor margen de ganancia. Este estudio aplica un enfoque cualitativo y cuantitativo (mixto); para la recolección de información, se describe la actividad económica, los métodos de producción y las circunstancias comerciales. Además, se llevaron a cabo entrevistas, revisión de documentos y observaciones. El análisis cuantitativo se aplica para examinar los gastos de producción y la rentabilidad; la fundamentación teórica y la conceptualización de los estudios de caso requieren también una investigación bibliográfica. Por lo tanto, se empleó un nivel de investigación descriptivo, con una población y muestra compuesta por los empleados de la empresa.

Clavijo & Espinoza (2022), en su investigación llamada Sistemas de costos por órdenes de producción y su incidencia en la rentabilidad de las pequeñas empresas de la industria textil en la ciudad de Guayaquil, tiene como finalidad analizar el comportamiento de las empresas de la industria textil y el surgimiento de la rentabilidad de la implementación de sistemas de costeo por órdenes de producción, teniendo en cuenta que la correcta toma de decisiones en las empresas requiere de un principio elemental. Se empleó un estudio holístico utilizando encuestas y entrevistas como instrumentos de recolección de datos, utilizando un enfoque mixto, realizando entrevistas a gerentes y contadores de empresas textiles y encuestas a trabajadores del área de producción de las mismas; son empresas que no utilizan un sistema de cálculo de costos, solo llevan registros de compras e información sobre el conocimiento empresarial, que incluye impedirle asignar los recursos utilizados en la producción y hacer pronósticos correctos de las ganancias esperadas y reales

Cando & Lozada (2021), realizaron una investigación llamada Diseño de un sistema de costos por procesos y su incidencia en la rentabilidad de la ebanistería "Márquez" del cantón La Maná provincia de Cotopaxi periodo 2020, quienes investigaron la relación entre un sistema de costeo del proceso de diseño y su efecto en la rentabilidad y encontró que los fabricantes de gabinetes no tenían un sistema de

costeo que pudieran usar para fijar el precio de sus productos y determinar si la rentabilidad era aceptable. La metodología de un enfoque mixto (cualitativo y cuantitativo), descriptiva, explicativo, con una población y muestra de los trabajadores de la organización, utilizando diversas herramientas como entrevista, análisis documental, fichas de observación.

Vergara (2020), realizó una investigación titulada Análisis de la incidencia del costo promedio ponderado del capital en la rentabilidad de la empresa Axionlog Ecuador S.A., donde se estudia el costo de capital promedio ponderado se determina su impacto en la rentabilidad de las empresas en el periodo 2017-2019, utilizando una investigación descriptiva, de campo, transversal y cuantitativa, y dado que los instrumentos utilizados son observaciones directas y bibliográficas. Revisando los estados financieros, aplicando consideraciones económicas y aplicando WACC (costo de capital promedio ponderado), las tasas de costo de capital son 5.09%, 3.98% y 5.62% correspondientes a 2017, 2018 y 2019, los costos se han incrementado recientemente en el último periodo, los accionistas necesitan mayores beneficios, en base a los resultados alcanzados se realizan propuestas encaminadas a mejorar la rentabilidad y optimizar la estructura de capital.

Nacionales

Flores & Mercado (2023), según el estudio titulado Costo de ventas y rentabilidad en la empresa Automotriz Central del Perú S.A.C., Ayacucho 2021”, los investigadores examinan la conexión entre los costos de ventas y la rentabilidad de la empresa. La metodología empleada fue de tipo aplicada y de nivel correlacional, utilizando un cuestionario como herramienta, con una muestra de 24 trabajadores. Se logró un coeficiente de correlación Rho de Spearman de 0,584, lo que sugiere una correlación positiva. Esto señala que hay una relación directa y significativa entre los costos de venta y las utilidades.

Rodríguez (2022), en su investigación titulada Análisis de costos y su impacto en la rentabilidad de la empresa EVOLUTION DENTAL, SAC., 2020, su finalidad es establecer cómo los costos influyen en la rentabilidad. En cuanto a los métodos de investigación, se llevó a cabo un diseño no experimental con un enfoque cuantitativo, de tipo transversal y descriptivo correlacional. La técnica elegida para la recolección de datos fue una encuesta que obtiene información sobre los procesos relacionados con los costos y la rentabilidad de la empresa, con una muestra de 12 colaboradores, que son empleados de empresa. Al evaluar la correlación entre variables mediante la rho de Spearman, que arrojó un valor de 0,97, se evidencia una relación positiva, y al realizar comparaciones de estados financieros, se concluye que la rentabilidad está sujeta a los costos de la compañía. Se encontró que la empresa carecía de un sistema de control de costos, lo que impactaba negativamente en la rentabilidad, la cual dependía de una alta rotación de productos.

Chinchay (2022), en su investigación titulada Gestión de inventarios y la rentabilidad de las Empresas Comerciales de Autopartes, Cercado de Lima 2022, el objetivo de la investigación es determinar la relación de la gestión de inventarios y la rentabilidad. En la cual su metodología tipo aplicada con un enfoque cuantitativo de diseño no experimental de corte transversal, con nivel explicativo causal, utilizando una población conformada por trabajadores de la empresa, y a su vez siendo parte de la muestra de 40 trabajadores de la misma, el instrumento usado es un cuestionario, de tipo Likert. Al evaluar la correlación de variables con Pearson indica que $r=0,854$ muestran una correlación fuerte. Tal como lo muestra el análisis de los resultados de este estudio, la gestión de inventarios afecta la rentabilidad debido a que no se cuenta con control de rotación durante la recepción, salida y traslado de la mercadería. Esto se debe a la falta de personal competente y capacitado, lo que garantiza un excelente desempeño y no afecte la rentabilidad.

Leyva & Ortega (2021), realizaron una tesis que titularon Los Costos de Importación y la Rentabilidad, en la Empresa Importadora del Distrito de la Victoria, Períodos: 2018 al 2020, donde evaluaron determinar la incidencia de los costos de importación en la rentabilidad. Esta investigación es de tipo Básica, el diseño es no experimental, de nivel descriptivo correlacional, tomando como población los mismos trabajadores de la empresa, con una muestra de conveniencia de 4 colaboradores, utilizando como instrumento la encuesta y la recolección de datos. Con un Rho de Spearman de 0,728 el cual representa una correlación moderada y significativa del estudio de las variables. Los investigadores concluyen que los resultados de los informes también son importantes en la cuenta de pérdidas y ganancias, la cual tiene como objetivo analizar el costo y la rentabilidad de las importaciones, incrementar las utilidades y lograr procesos internos efectivos que brinden un mejor control para lograr la rentabilidad esperada.

Choquehuanca & Ortiz (2021), con su investigación titulada Costo de venta y la rentabilidad en las pequeñas empresas comerciales del rubro librerías del cercado de Arequipa, 2020, donde su objetivo es determinar el costo de ventas incide en la rentabilidad de las pequeñas empresas comerciales. Su investigación es de tipo básico, de enfoque cuantitativo, diseño no experimental transversal, método descriptivo correlacional. Tomando como población 07 empresas del mismo rubro, con una muestra que esta agrupada por 41 trabajadores, la técnica utilizada es la encuesta, con un Rho de Spearman con grado de correlación muy fuerte, siendo de 0.919, concluyendo que el costo de ventas tiene un impacto directo en la rentabilidad de las pequeñas empresas, por lo que se puede tomar la decisión correcta en términos de costo de ventas y precio unitario, lo que ayuda a lograr un mejor margen de ganancias y contribuye a la existencia del negocio.

Locales o regionales

Tapara & Pampa (2022), en su investigación titulada Sistema de costeo basado en actividades y su incidencia en la rentabilidad caso Aronetty S.R.L Arequipa 2021, se estudia como las Mypes pueden mejorar su rentabilidad a través de una gestión eficiente de sus costos, así como el análisis de los costos y gastos de la empresa para determinar su influencia en la rentabilidad. Se empleó una metodología de diseño no experimental, y la investigación fue de naturaleza cuantitativa, con un enfoque descriptivo y explicativo. La población objeto de estudio fueron los colaboradores de la empresa. Las técnicas utilizadas incluyeron la observación, el análisis de documentos y las entrevistas. Se observaron diferencias significativas entre la implementación de un sistema tradicional de costos propio de la empresa y la metodología de costeo basada en actividades, ya que varía de 0,57 con el sistema tradicional a 0.83 con el sistema de costeo por actividades lo que refleja un resultado favorable en la rentabilidad. La investigación concluyó que la adopción de un sistema de costeo será beneficiosa para medir la rentabilidad de las ventas de la empresa.

Gonzales et al. (2023), en su investigación llamada El crecimiento empresarial y su relación en la rentabilidad de una MYPE del rubro comercial en Arequipa, Perú. La meta es establecer la relación entre el crecimiento y la rentabilidad. Se aplicará una metodología cuantitativa, básica, descriptiva, no experimental, correlacional y transversal. Para reunir datos, se empleará una encuesta dirigida a una muestra de 35 individuos. Se identificó una relación a través del método de Pearson, con un margen de error bajo de 0.02, llegando a una correlación alta de 0.845. Esto sugiere que a medida que se incrementa el desarrollo empresarial, la rentabilidad económica también se eleva de manera directa. Así, se examinan los costos y gastos para evaluar el crecimiento y la rentabilidad de la empresa.

Laura & Sánchez (2022), realizaron la tesis con nombre Implementación de un sistema de costos por servicio para mejorar la

rentabilidad en la empresa PLUXTEC SRL, Arequipa junio 2019, tiene como objetivo implementar un sistema de costos para la mejora de la rentabilidad, se utilizó los costos de órdenes de servicio, realizando el análisis de costos directos e indirectos con el fin de obtener el margen de utilidad y margen de costos. El estudio tuvo una metodología hipotético-deductiva con diseño no experimental con enfoque cuantitativo de tipo descriptivo aplicado, se utilizaron como herramientas formularias de análisis de entrevistas y transcripciones. La aplicación y el análisis de los resultados demostraron que PLUXTEC S.R.L. que la utilidad sobre costos de ventas fue de 73.74% y la utilidad bruta fue de 26.26%, realizando los costos de la forma tradicional.

Tito (2021), su investigación es Costo de importación y la rentabilidad de la empresa Industria Metal mecánica Huamaní E.I.R.L., Arequipa, 2021, busca reconocer el costo de importación, que representa el precio original de la mercadería adquirida y todos los gastos en que incurre la empresa para hacer llegar el producto al país que necesita, es necesario llevar un registro contable preciso, como los desembolsos que ha realizado la empresa por cada importación, lo que permite reconocer el valor real de las mercaderías y así asignar un margen de utilidad favorable. La metodología de investigación es de tipo básica, con diseño no experimental, cuantitativo, transversal. La población muestral fue conformada por 10 trabajadores de la empresa. La técnica de recolección de datos se dio a través de la encuesta y su instrumento el cuestionario, alcanzando como resultado que el 80% de encuestados indican que los costos de importación se realizan de manera adecuada; y el 80% de encuestados percibieron que el resultado de la rentabilidad es adecuado, mostrando un valor Rho de Spearman de $r=0.952$ correlación positiva muy alta.

Ope (2021), con su investigación llamada Impacto de la determinación de Costos de Importación para mejorar la Rentabilidad y su presentación en los Estados Financieros de la empresa Impo Sur

S.R.L., tiene como objetivo evaluar el impacto de la determinación de costos de importación. El nivel de la investigación es explicativa, descriptiva, no experimental, en este estudio se utilizó métodos de observación en el trabajo de campo, la herramienta de recolección de datos fue una ficha de observación, y cada resultado fue analizado minuciosamente. Los hallazgos demostraron que el seguimiento del proceso de importación y la distribución del costo de las mercaderías no se realizan en la práctica y que, por lo tanto, la contabilización no estaba justificada. Las cuentas no reflejan el costo de los bienes bajo Normas Internacionales de Información Financiera- NIIF. Finalmente, el cálculo de los costos de importación afecta significativamente la presentación de informes anuales. La hoja de cálculo de importación tiene un efecto positivo para determinar el costo unitario del producto importado, ya que le permite determinar la utilidad neta de cada producto, lo que le permite a la empresa saber que productos tienen los márgenes de utilidad más altos y bajos, y también le permite saber cuánto puede reducir el precio para no perder dinero. Mediante NIC 2 Inventarios y la NIC 1 Información de los Estados financieros.

3.2. Bases Teóricas

3.2.1. Variable 1: GESTIÓN DE COSTOS

Definición:

Según Laporta (2016), la gestión de costos es creada por los cambios que enfrenta el desarrollo empresarial. Los avances en la planificación y el control de costos han llevado a las organizaciones a lograr nuevas formas de administrar los costos. Se adaptarán a los grandes cambios y se enfrentarán a mercados extremadamente competitivos. Esto da lugar a la gestión de costos, que se diferencia de la contabilidad de costos tradicional en que implica medir el coste de un producto o servicio, determinar su utilidad y precio. Por tanto, el objetivo de la gestión de costos es adaptarse a las necesidades del nuevo mercado competitivo. La demanda libre del consumidor trata de

equilibrar el precio del bien o servicio ofrecido; su función es medir y reducir los costos para que las empresas puedan competir y maximizar la utilidad.

Así, se puede demostrar que el desarrollo de varias empresas estará asociado a cambios en la planificación y el control de costos, porque el control de costos tiene como objetivo medir los costos de los productos y servicios para una mayor utilidad y control de precios, acceso a nuevos mercados y esto es posible para incrementar el valor de utilidad de la empresa y lograr el control de costos.

La gestión de costos es vista como la forma más efectiva de lograr resultados e involucra a la gerencia y los involucrados en la toma de decisiones clave que brindan los recursos necesarios para el análisis y control de costos, comprender los resultados y lo que influye en las decisiones de la empresa (Tanaka et al. 2013). Los autores señalan que el principal objetivo de la gestión de costos es promover el crecimiento del valor útil de las empresas y así seguir desarrollándose e innovando a través de estrategias de gestión, ya que los mercados empresariales siguen desarrollándose y creando nuevas expectativas de negocio. Una buena gestión de costos garantizará la competitividad en términos de calidad y precio para ganar plaza en el mercado. La gestión de costes determina el futuro de la empresa, ya que su contribución a la toma de decisiones y al logro de objetivos es inestimable.

La moderna Contabilidad de Costos, se obtienen con facilidad los datos que serán utilizados por el contador al desarrollar su trabajo en los departamentos contables, también así, el administrador, quien cumple con las funciones administrativas o de gerencia en una organización (Lucero et al. 2017). La contabilidad de costos posee como usuarios (clientes) que son parte de la empresa, serán los administradores, quienes utilizaran esta información para la toma de decisiones, las mismas van a referirse a los diferentes aspectos de actividades llevadas a cabo en las empresas para lograr los objetivos

trazados, para ello se debe interpretar y satisfacer debidamente las necesidades de los clientes. Además de ello, se deberá observar a la competencia y actuar adecuadamente para una buena gestión de costos.

Se concluye que la contabilidad de costos en la modernidad actual, se obtiene con gran facilidad la información, la misma que será de utilidad para las diferentes áreas de trabajo de la empresa, donde la gestión de costos, logrará tener un precio accesible para los clientes, lo que va a generar utilidad o rentabilidad para la empresa.

Según Ramírez et al. (2010), indican que la contabilidad de costos surge por la necesidad de las empresas, de identificar y contabilizar sus costos y gastos. En un inicio la contabilidad aparece para orientar a campos industriales, posteriormente se extendió a empresas de prestaciones de servicio y comerciales. La contabilidad de costos cuantifica y evalúa los bienes que adquieren las empresas, ejecuta las actividades relacionadas con los productos y venta de productos, contribuye con los controles asociados al uso de los recursos económicos que participan en el procesamiento o elaboración de dichos productos, facilitando la integración de costos de producción al sistema de contabilidad y a su vez contribuye con la conformación y reporte en la estadísticas y la presentación de la información contable y operacional.

Para los autores Flores & Misaico (2022), la gestión de costos es un conjunto de procesos para coordinar con los recursos disponibles, logrando los objetivos en relación a los resultados económicos proyectados; se debe priorizar el proceso productivo que intervenga tanto en los costos y como en los gastos de la producción, administración y venta de los productos o servicios; es importante que esto se logre a través de la planificación de costos. La gestión de costos es una herramienta para tomar las decisiones correctas para estimar, asignar y controlar los costos, enfatizando que las organizaciones no solo conocen los costos por adelantado; en cambio,

le permite reducir significativamente la posibilidad de exceder el presupuesto original y lograr resultados financieros positivos, que la gestión de costes revela el margen de beneficio esperado; le permite administrar los costos utilizando métodos y herramientas de gestión para evaluar los esfuerzos y capacidades de la empresa; hacerlo bien no solo puede lograr niveles de calidad óptimos basados en los recursos disponibles, sino también hacer el trabajo de la manera más rentable posible.

El sistema de gestión de costos es una herramienta de apoyo a la gestión de la empresa, con la ayuda de la información que se genera periódicamente se puede entender la situación en las áreas básicas de la organización, de modo que el comportamiento pueda alinearse con los objetivos estratégicos. La gestión de costes consta de 5 procesos o pasos básicos: planificación de gestión de costos, planificación de estrategia de costos, estimación de costes, presupuesto de costos, control y seguimiento de costes. Entre ellos, queremos centrarnos en: la planificación de gestión de costos (que actúa como una herramienta de control porque nos permite conocer sistemáticamente las desviaciones en la ejecución real); presupuesto de costos (que es el proceso de asignación de los costos del proyecto determinado); planificación de estrategia de costos (es un proceso que consiste en implementar estrategias para alcanzar los objetivos).

Teorías relacionadas a la Gestión de costos.

La gestión de costos es una tarea extremadamente importante para el gerente financiero de una organización, una gran parte de la cual implica determinar los costos óptimos en el proceso de producción para mantener operaciones comerciales normales y a su vez mantenerse libre de pérdidas y desperdicios. El objetivo principal es aumentar la producción aumentando las economías.

Según Toro (2007), la gestión de costos se basa en las acciones que debe realizar un gerente para satisfacer las necesidades de los

clientes mientras busca reducir y controlar los costos asociados a hacer negocios. El acto de la gestión de costos, que es el reconocimiento de decisiones administrativas pasadas que a menudo permite que una empresa influya significativamente en los costos al abordar los niveles de materiales diarios y continuos en el proceso de asignación de insumos posterior, cuando el proceso de producción ha comenzado. Cabe señalar que la gestión de costos hace de estas herramientas para el análisis y control de la competitividad de las empresas, ya que el uso de diferentes métodos conduce al uso de poderosos mecanismos que permiten obtener una visión desde estratégica, operativa hasta financiera, a través de la cual ser capaz de evaluar a los accionistas, así como algunos terceros interesados proporcionan un rendimiento de creación de valor.

Por otro lado, Horngren et al. (2012) describen la gestión de costos como un enfoque más profundo que no debe interpretarse únicamente como una reducción constante de costos. Al planificar los ingresos y las ganancias como parte de la gestión de costos, los gerentes a menudo incurren deliberadamente en costos adicionales (como publicidad y cambios de productos) para aumentar los ingresos y las ganancias. De acuerdo con la afirmación anterior del autor, la gestión de costos busca administrar de manera efectiva los recursos para maximizar las ganancias de la empresa.

A su vez, Charlita (2012), afirma que la gestión de costos incluye varias actividades que los gerentes realizan en el marco de la planificación y control de costos a corto y mediano plazo. Tomar decisiones relacionadas con el diseño de productos y servicios, cambios en los métodos de trabajo y sustitución de materiales con base en el conocimiento de los costos. Comprender los costos es esencial para reducirlos o controlarlos. Esto derivó en el Programa de Calidad y Satisfacción del Usuario.

Dimensiones.

Muchos autores sugieren que, al presentar variables de investigación complejas, muchas veces es necesario o útil especificar las dimensiones del estudio y luego definir los indicadores.

Según Cazau (2006), cuanto mayor es el número y los niveles de dimensiones y subdimensiones que requiere una variable, más compleja se vuelve.

Costo de Adquisición: “El precio de compra, los aranceles de importación y otros impuestos (que no sean recuperables actualmente de las autoridades fiscales), transporte, manejo y otros costos directamente atribuibles a la adquisición de mercaderías, materiales y servicios”(G. Torres, 2015, p. 9)

Los costos de adquisición son los costos asociados con la inversión que hace una empresa para comprar cierta mercadería. Corresponden al valor contable de los mismos costos, ya sean productos terminados o productos en proceso.

La gestión de adquisiciones también se conoce como el proceso desde la creación hasta la liquidación. Esto incluye la evaluación, selección y creación de acuerdos contractuales formales, así como la gestión de las relaciones permanentes y constantes con los proveedores de la empresa.

Costo de Inventario: Para Álvarez (2013), son bienes comprados o producidos con la intención de venderlos en el curso ordinario de los negocios, de los cuales la empresa espera obtener un beneficio económico en el futuro, o que serán consumidos en la producción de bienes o servicios para su venta futura, y también Incluye materias primas y consumibles.

El costo de inventario incluye los costos de mantenimiento, ubicación, estado de la mercadería, también incluye el papeleo del

ingreso y salida de mercadería. Este costo es examinado por la dirección general de la empresa que parte de la evaluación de la información real del inventario.

Costo de Venta: Zendesk (2023), los costos de venta se refieren a los gastos relacionados con la producción, distribución de un producto o servicio brindado. Por lo tanto, todo el dinero gastado en el funcionamiento de la empresa está destinado a garantizar que el cliente final reciba lo que se ofrece. Los costos de venta pueden variar según el tipo de empresa, en el caso de una empresa manufacturera, el costo de ventas presupuestado incluirá el valor de los materiales directos utilizados en la elaboración del producto; en el caso de ventas al por menor o directas, solo se incluye en los cálculos el valor de inversión de los bienes en relación con las ventas.

Formula:

Costo de venta = Inventario inicial del periodo + compras y gastos durante el periodo – inventario final del periodo.

Fórmula del costo de ventas de organizaciones del ramo comercial

$$CV = II + CC - IF$$

Siendo,
* II: Inventario Inicial de la mercadería
* CC: Costo de Compras
* IF: Inventario Final de la mercadería
* CV: Costo de Ventas

Figura 1 Formula de Costos de ventas

El costo de venta es el valor directo de un producto en el proceso de comercialización, en el sector comercial se le conoce como mercadería. Se puede indicar como el costo incurrido para comercializar un bien, siendo el valor de inversión para comprar un producto para ser vendido posteriormente.

El costo de ventas varía de acuerdo con el producto o servicio ofrecido, es decir que las diferentes empresas, tendrán costos de

ventas diferentes. A su vez recalcar que costo de ventas y precio final no son lo mismo. Siendo que el precio es el costo de la venta sumado a la ganancia que se obtiene al momento de cerrar una venta, mientras el costo de ventas será el gasto que se tiene para producir productos o prestar servicios, en un período de tiempo determinado.

3.2.2. Variable 2: Rentabilidad

Definición:

Según Sánchez (2002), indica que la rentabilidad se refiere a todas las actividades económicas que producen resultados utilizando recursos materiales, humanos y financieros, a partir de los cuales se puede medir el desempeño de la empresa y puede ayudar a la dirección de la empresa a tomar decisiones. Este análisis de la rentabilidad se basa no sólo en el beneficio, sino también en el crecimiento, la estabilidad, porque todos los análisis discuten la rentabilidad frente a la seguridad o la solvencia como variable fundamental de toda actividad económica.

Por otro lado, Parada (1988), indica que el concepto de rentabilidad es una dimensión monetaria que mide parte, pero no toda, la satisfacción de las personas. Considerando que toda empresa es un ente económico, se trata de evaluar su gestión. Al determinar los beneficios comerciales, esto hace que la rentabilidad sea una guía importante para las operaciones comerciales. Sin embargo, aclara que la rentabilidad y la eficiencia son elementos medibles y cuantificables, pero no es el único, pues existe una fuerza en toda la empresa que lucha por la autonomía, recuerda que la rentabilidad no es lo único que importa en toda la empresa, sino que existen otros factores empresariales evaluados por otros indicadores que nos obligan a realizar una determinada cualificación.

Ketelhohn (2004); se refiere al método de rentabilidad contable que mejor se ajusta a la información presentada en los estados financieros. El método consiste en relacionar el beneficio neto anual medio con la

inversión media. Recuerda que el beneficio medio se calcula sumando el beneficio contable de cada año y dividiéndolo por el número de años. La inversión media se calcula sumando la inversión media al final de cada año y dividiéndola por el número de años.

El concepto general, se basa en que la rentabilidad es el beneficio que se obtiene de las inversiones, y es la relación entre los ingresos que generan los activos y los costos de la empresa, para la toma de decisiones correctas. Un negocio se considera rentable si obtiene una gran ganancia; es decir, si los ingresos superan los gastos, la diferencia se considera rentabilidad.

Teorías relacionadas a la rentabilidad.

Cuatro décadas atrás, Miller (2009) se introducen las proposiciones de dos teorías: Trade Off (Compensación) y Pecking Order (Orden jerárquico), sobre el valor de la empresa que tienen vigencia en la actualidad.

Rentabilidad es la diferencia de los ingresos y gastos, también es el retorno sobre la inversión, siendo una evaluación para una gestión empresarial, a través de las ventas, activos y capital.

Según Hosmalin (1967), la rentabilidad es la comparación de ingresos y gastos durante un periodo para la producción, también llamado utilidades; según Apaza (2011), esto refleja el estado de resultados integrales.

Gitman (2007), nos dice que, una forma de medir la rentabilidad es el rendimiento de las ventas, los activos o el capital de una empresa; y a su vez Lira (2009) nos dice que la rentabilidad es el porcentaje que muestra la utilidad sobre las ventas, activos o el patrimonio.

Rentabilidad económica o también llamada rentabilidad sobre los activos (Return On Assets-ROA), nos permite conocer la eficacia

en el uso de los activos, se obtiene dividiendo el beneficio operativo después de impuestos entre el activo neto promedio. Según Stickney et al. (2012), la rentabilidad económica tiene como resultado el valor de la administración de los activos; Pérez & Veiga (2013), aportan que el rendimiento contable del activo neto sin distinguir la incidencia de la estructura financiera. También, Forsyth (2012), mide la rentabilidad dividiendo el beneficio operativo después de impuestos entre el activo neto promedio, que para Pérez & Veiga (2013) varía por el riesgo inherente al tipo de inversión.

Rentabilidad financiera o también llamado ratio de retorno (Return on Equity - ROE), el cual establece que la rentabilidad con respecto al patrimonio se mide dividiendo la utilidad neta sobre patrimonio.

Según De Jaime (2003), aporta definiendo que el ROE se mide dividiendo la utilidad neta sobre el patrimonio, como resultado, los accionistas recibirán un rendimiento de sus acciones preferentes y sobre su inversión en la empresa.

Otra característica es que los ratios de pagos de dividendos, deben adaptarse a las oportunidades de inversión (Myers, 1984), es una información necesaria para los gerentes, porque los inversores usan estos resultados como una política estable teniendo que adaptar los ratios a sus objetivos en el momento de la inversión (Silva, 2007). En caso de que los flujos netos son volátiles llevarán a que los dividendos sean menores y las necesidades de inversión sean limitadas (Fernández & Rojas, 2004)

La teoría llega a la conclusión que, si las entidades toman decisiones, respecto de su postura financiera, su principal objetivo es la rentabilidad siendo el resultado de la sustracción de ingresos y gastos, los cuales se muestran a través de los ratios del ROA (rentabilidad económica) y ROE (rentabilidad financiera), dependiendo de la perspectiva de medición. Finalmente, la estructura financiera

está dada por la utilización de recursos internos o externos siendo la rentabilidad el indicador evaluador de la posición financiera de las empresas

Dimensiones.

Rentabilidad Económica: Según Caraballo et al. (2013), el desarrollo empresarial requiere de la gestión de algunos recursos, y los resultados obtenidos a partir de los mismos se denominan rentabilidad económica, la cual está relacionada con los recursos utilizados y los beneficios obtenidos.

A su vez, Nevado et al. (2007), confirman que la gestión permitirá el desarrollo eficiente de los procesos de producción y comercialización para entregar productos o prestar servicios. Administrar activos para lograr ventas superiores a los costos informados, lo que resulta en un margen, una ganancia.

Por tanto, se utiliza el cociente:

$$\text{Rentabilidad económica (RE)} = \frac{\text{Beneficio Bruto}}{\text{Activo Total}}$$

Beneficio Bruto (BAII)

Para Ciappa (2005) “Beneficio bruto: Es el margen obtenido por la diferencia entre el precio de venta del producto/servicio y su costo”

Se calcula antes de los impuestos:

$$\text{BAII} = \text{Ingresos} - \text{Gastos totales}$$

Activo total

Barajas (2008), este índice de rentabilidad mide el rendimiento económico de los activos de una empresa. Su

función es medir la rentabilidad relativa a los activos totales y determinar el porcentaje de utilidad generado por la inversión total.

Se calcula:

$$\text{Activo total} = \text{Activo corriente} + \text{Activo no corriente}$$

Rentabilidad Financiera: Para Caraballo et al. (2013), la perspectiva de la rentabilidad financiera es para el interés del accionista y la empresa para la toma de decisiones de inversión y de financiación, lo que implica una mejora en la rentabilidad de los recursos propios.

Por tanto, se utiliza el cociente:

$$\text{Rentabilidad financiera} = \frac{\text{Beneficio neto}}{\text{Fondos Propios}} \times 100$$

Beneficio Neto: Es el resultado obtenido, tras finalizar un periodo económico, después de haber descontado los impuestos e intereses.

Fondos Propios: Lo conforman el capital y los recursos propios de la empresa, que se invierten con el objetivo de obtener rentabilidad.

Margen Utilidad: Según Suarez (2023), el margen de utilidad es una medida que analiza el beneficio de una empresa de un producto o servicio, desde los costos de producción, la compra de materias primas, el pago de facturas de servicios, el alquiler de maquinaria, costos de embalaje y envío.

Formula:

$$\text{Margen de utilidad} = \frac{\text{Utilidad}}{\text{Ingresos Totales}}$$

Utilidad Neta: Se refiere a la utilidad obtenida por la venta de productos o servicios, descontando los costos de producción, logística y distribución, así como impuestos, comisiones, costos de operación y otros gastos de servicios. También muestra que la utilidad neta es importante para los socios porque da una idea del desempeño y la rentabilidad de la empresa.

Ventas Netas: Es un rubro contable que representa todas las ventas de bienes o servicios que una empresa realiza en efectivo o crédito, de las cuales se descuentan las bonificaciones, descuentos comerciales o devoluciones; Son una parte muy importante del estado de pérdidas y ganancias y se utilizan para evaluar la posición financiera de la empresa.

3.3. Marco conceptual

Gestión de costos

Según, Baldini & Casari (2008), la gestión de costes amplía la visión analítica de las empresas desde el costeo simple; logra definir nuevas formas de trabajar y logra la independencia de la contabilidad de costos tradicional.

Por otro lado, Chacón (2007), plantea que la contabilidad de costos y la contabilidad de gestión se muestran como disciplinas complementarias con suficiente autonomía para operar de manera independiente; es decir, son mutuamente incluyentes.

Según Arias & Cano (2020), la importancia estratégica de la contabilidad de gestión en el desarrollo del sector industrial sugiere importantes desafíos e implicaciones conceptuales para el análisis de decisiones. En tal sentido, se asume que forma parte de los sistemas de planificación y control, acumulación y métodos y estrategias de gestión que permiten tomar decisiones con base en la integridad de la cadena productiva de la organización, complementada con los costos.

Para Cárdenas (2006), la gestión de costos incluye tres aspectos básicos: a) suministro de información resultante de los costos de producción del producto o prestación del servicio, b) suministro de información importante para la planificación y el control, c) suministro de información para decisiones gerenciales relevantes. Esto requiere una buena comprensión de los costos de producción (materias primas, mano de obra y los CIF); rentabilidad y objetivos estratégicos, también se deben considerar los costos asociados al desarrollo, gestión, comercialización y distribución del producto.

Por otro lado, Pabón (2010), indica que son gastos generados por la gestión de costos o gastos que traerán beneficios a la organización en el futuro; gastos capitalizados que constituyen recursos que se sacrifican para alcanzar metas específicas e impulsan la toma de decisiones para apostar por la eficacia, eficiencia y rentabilidad de la organización.

Rentabilidad

Gitman (2007), establece que la rentabilidad está relacionada entre los ingresos y los costos derivados de la utilización de los activos de la empresa en actividades productivas. La rentabilidad de una empresa se puede medir por ventas, activos, capital o valor de inventario.

Aguirre et al. (1998), considera la rentabilidad como la meta financiera a corto plazo a alcanzar por la empresa, la cual está relacionada con la obtención de la utilidad necesaria para el normal desarrollo de la empresa.

Para Sánchez (2002) la rentabilidad es un concepto que hace referencia a toda actividad económica que moviliza recursos materiales, humanos y financieros para conseguir un determinado resultado. Aunque este término se utiliza de diferentes maneras en la literatura económica y existen muchos enfoques teóricos que inciden

en uno u otro aspecto del mismo, se suele hacer referencia a la rentabilidad como el capital utilizado en su producción.

Por otra parte, Guajardo & Andrade (2008), dicen que la cuenta de resultados es el principal indicador de la rentabilidad de una empresa en un periodo de tiempo, ya sea un mes, tres meses o un año. En estos casos, el estado de pérdidas y ganancias debe presentarse por etapas, ya que, hasta obtener la utilidad neta, deduciendo de los ingresos los costos y gastos del período, se obtienen utilidades diferentes. Esto no significa que el balance quede excluido del análisis financiero, ya que los aspectos de rentabilidad y liquidez, para lo cual se debe elaborar la cuenta de pérdidas y ganancias, deben ser analizados en conjunto para evaluar el desempeño de la empresa, al mismo tiempo, se pueden dar cambios en la situación financiera o en el balance.

Según Dess & Lumpkin (2003), los índices de rentabilidad le permiten sopesar la eficiencia con la que una empresa utiliza sus activos y la eficacia con la que gestiona sus operaciones. Los tres indicadores de rentabilidad más conocidos son:

- Margen de Beneficio, el cual mide el beneficio obtenido por cada unidad monetaria de Ventas.
- Rentabilidad del Activo que mide el beneficio por unidad monetaria de Activo.
- Rentabilidad de los Fondos Propios, la cual mide cómo les va a los accionistas durante el año, es decir, representa la verdadera medida del resultado del rendimiento.

IV. METODOLOGÍA

4.1. Tipo y nivel de la investigación.

Enfoque.

Según Hernández et al. (2014), el enfoque cuantitativo se basa a un esquema deductivo y lógico formulando preguntas para la investigación e hipótesis para posteriormente probarlas.

Los datos son cuantitativos ya que con ello conseguiremos medir el nivel de costos con la rentabilidad.

Tipo.

El presente estudio de investigación fue de tipo básico.

Baena (2017) , la investigación pura (básica) “es el estudio de un problema, destinado exclusivamente a la búsqueda de conocimiento” (p. 17).

Su propósito es aumentar el conocimiento científico mediante la creación de nuevos conocimientos o el cambio de los principios teóricos existentes.

Nivel.

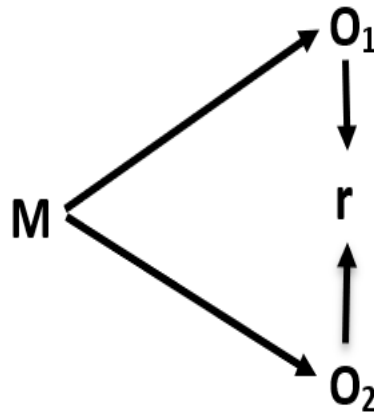
Hernández et al. (2014), la investigación utiliza el enfoque correlacional, que es un tipo de investigación que tiene como objetivo comprender el grado de asociación o relación que existe entre dos o más conceptos, categorías o variables en una muestra o contexto específico.

4.2. Diseño de Investigación

Se decidió un diseño no experimental, descriptivo correlacional, según Hernández & Mendoza (2018), es el procedimiento que se realiza ejecuta para instruirse de los hechos que suceden en el entorno, en el cual no serán manipuladas las variables, obteniéndose del

análisis de los fenómenos tal y cual ocurren de forma natural para después ser analizado.

Figura 2 Observación de la realidad problemática



M: Muestra: Observación de la realidad problemática

O1: Observación de la Variable 1: Gestión de Costos

O2: Observación de la Variable 2: Rentabilidad

R: Correlación entre dichas variables

4.3. Hipótesis general y específicas.

4.3.1. Hipótesis general

Existe relación significativa entre la gestión de costos y la rentabilidad en el Centro Comercial Asociación Ferial Siglo XX, Venta de Electrodomésticos Arequipa 2025.

4.3.2. Hipótesis específicas.

H.E.1:

Existe relación significativa entre el costo de adquisición y la rentabilidad en el Centro Comercial Asociación Ferial Siglo XX, Venta de Electrodomésticos Arequipa 2025.

H.E.2:

Existe relación significativa entre el costo de inventario y la rentabilidad en el Centro Comercial Asociación Ferial Siglo XX, Venta de Electrodomésticos Arequipa 2025.

H.E.3:

Existe relación significativa entre el costo de venta y la rentabilidad en el Centro Comercial Asociación Ferial Siglo XX, Venta de Electrodomésticos Arequipa 2025.

4.4. Identificación de las variables.

Variable 1: Gestión de Costos

Según Laporta (2016), La gestión de costos está enfocada a las necesidades del surgimiento de un nuevo mercado competitivo, la libre demanda de los consumidores se encarga de equilibrar los precios de los bienes o servicios, tiene la función de medir y reducir los costos, lo que permite la competencia y aumentar la utilidad de la compañía.

Dimensiones:

- Costo de Adquisición
- Costo de Inventario
- Costos de venta

Variable 2: Rentabilidad

Zaldivar et al. (2011), nos dicen que la rentabilidad es un indicador importante que se puede utilizar para evaluar el desempeño económico y financiero de una empresa. La rentabilidad hoy en día reconoce el enfoque de una rentabilidad sostenible, las empresas han adoptado cambios en las políticas de capital que demuestran una visión de inversiones rentables que generarán mayores rendimientos y permitirán a la empresa maximizar los beneficios de la ventaja competitiva y competir por el mercado.

Dimensiones:

- Rentabilidad Económica
- Rentabilidad Financiera
- Margen de Utilidad

4.5. Matriz de operacionalización de variables

VARIABLE	DIMENSION	INDICADORES	ITEMS	ESCALA DE VALORES	NIVEL Y RANGOS		TIPO DE VARIABLE ESTADISTICA
GESTION DE COSTOS	D.1: Costo de Adquisición	Precio de compra, Impuesto, Transporte	1,2,3 4,5	Si= 3 A veces= 2 No= 1	Deficiente (20 - 33) Regular (33 – 47) Eficiente (48 – 60)	Deficiente: 5 - 8 Regular: 9 - 12 Eficiente: 13 - 15	Ordinal
	D.2: Costo de Inventario	Valuación de inventario. Rotación de Inventario	6,7,8 9,10,11			Deficiente: 6 - 10 Regular: 11 - 14 Eficiente: 15 - 18	
	D.3: Costo de venta	Inventario Inicial, Compras, Inventario final	12,13,14, 15,16,17, 19, 20			Deficiente: 8 - 13 Regula: 14 - 18 Eficiente: 19 - 24	
RENTABILIDAD	D.1: Rentabilidad Económica	ROA= Beneficio Bruto/Activo Total	21,22,23 24,25	Si= 3 A veces= 2 No= 1	Deficiente (15 - 24) Regular (25 –34) Eficiente (35 –45)	Deficiente: 5 - 8 Regular: 9 - 12 Eficiente: 13 - 15	Ordinal
	D.2: Rentabilidad Financiera	ROE= Beneficio neto/ Fondos propios	26,27,28 29,30			Deficiente: 5 - 8 Regular: 9 - 12 Eficiente: 13 - 15	
	D.3: Margen de Utilidad	Margen Utilidad= utilidad neta /ventas	31,32,33 34,35			Deficiente: 5 - 8 Regular: 9 - 12 Eficiente: 13 - 15	

4.6. Población – Muestra

Población.

Según Hernández et al. (2014), la población es: “el conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas especificaciones” (p.174).

Para Arias (2012) define como “...población un conjunto finito o infinito de elementos con características comunes para las cuales serán extensivas las conclusiones de la investigación...” (p.81).

- **Criterios de Inclusión:** Se aplicó al personal administrativo del Centro comercial Asociación Ferial Siglo XX, Venta de electrométricos, Arequipa 2025, a los gerentes, contadores y auxiliares contables.
- **Criterios de Exclusión:** No se aplicó al personal de ventas, por no tener relación en el tema a investigar.

Para esta investigación, la población a estudiar serán los integrantes de 20 tiendas de venta de electrodomésticos, siendo el tamaño de la población de 60 colaboradores.

Muestra.

La muestra es una parte representativa de la población, que comparte características comunes (Hernández et al. 2014)

La muestra para la presente investigación es:

Tabla 1.

Muestra de la población

Cargo de Colaboradores	Cantidad
Gerente General	20
Contador	20
Auxiliar Contable	20
TOTAL	60

Unidad de Análisis: Para la presente investigación se aplicará a los colaboradores del área administrativa, de las 20 tiendas del centro comercial Asociación Ferial Siglo XX.

. Muestreo.

Según Cuesta & Herrero (2009), el muestreo no probabilístico es un método en el que el proceso de muestreo no da a todos los individuos la misma oportunidad de ser seleccionados.

Para la obtención de la muestra de esta investigación, se utilizaron métodos de muestreo no probabilístico intencional, seleccionando al contador, auxiliar contable y al gerente de las 20 tiendas del Centro comercial Asociación Ferial Siglo XX, para recolectar la información necesaria sobre las variables de investigación.

4.7. Técnicas e instrumentos de recolección de información.

Técnica

Según Arias (2012), las técnicas de recolección de datos son diferentes métodos de obtener la información. Como la observación directa, la encuesta y la entrevista, el análisis documental, de contenido, entre otros.

Para la recolección de información de esta investigación, utilizaremos la siguiente técnica: la encuesta.

Instrumento.

De acuerdo con Tamayo (2007), un instrumento se define como una ayuda o conjunto de elementos que los investigadores construyen para obtener información que facilite sus mediciones.

Para la recolección de información de esta investigación, utilizaremos el siguiente instrumento: el cuestionario.

4.8. Técnicas de análisis y procesamiento de datos.

Según Franklin (1998), el propósito del análisis es proporcionar una base para formular soluciones a los factores en estudio para que las medidas de mejora puedan implementarse en las mejores condiciones posibles.

- Análisis estadístico inferencial. –

Según Kinnear & Taylor (1993) , el procesamiento de datos incluye funciones de edición y codificación. La edición implica revisar el formato de los datos para verificar su legibilidad, consistencia e integridad de los datos. La codificación implica la creación de categorías de respuesta o grupos de respuestas.

Prueba de fiabilidad: Para el análisis de datos de esta investigación se usará una laptop, una computadora, una impresora, una hoja de cálculo de datos Excel y la aplicación de los métodos estadísticos descriptivos e inferencial del SPSS versión 25.

Tabla 2.

Resumen de Procesamiento de Datos

		N	%
Casos	Válido	60	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	60	100,0

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

Para la prueba piloto de la variable Gestión de Costos y sus respectivas dimensiones se encuestaron a 60 trabajadores con un cuestionario de 20 preguntas, el cual fue aplicado de manera presencial, para poder aplicar la prueba de confiabilidad de coeficiente alfa de Cronbach, obteniendo como resultado un valor de 0.865. Demostrando la fiabilidad del instrumento.

Tabla 3.

Estadísticas de Fiabilidad de la Variable Gestión de Costos

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,865	20

Para la prueba piloto de la variable Rentabilidad y sus respectivas dimensiones se encuestaron a 60 trabajadores con un cuestionario de 15 preguntas, el cual fue aplicado de manera presencial, para poder aplicar la prueba de confiabilidad de coeficiente alfa de Cronbach, obteniendo como resultado un valor de 0.862. Demostrando la fiabilidad del instrumento.

Tabla 4.

Estadísticas de Fiabilidad de la Variable Rentabilidad

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,862	15

V. RESULTADOS

5.1. Presentación de Resultados

A continuación, mostraremos los hallazgos de este estudio que están reflejados en las diversas tablas y figuras:

Tabla 5.

Distribución de frecuencia de la variable de Gestión de Costos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Deficiente	28	46,7	46,7	46,7
	Regular	32	53,3	53,3	100,0
	Eficiente	0	0,0	0,0	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

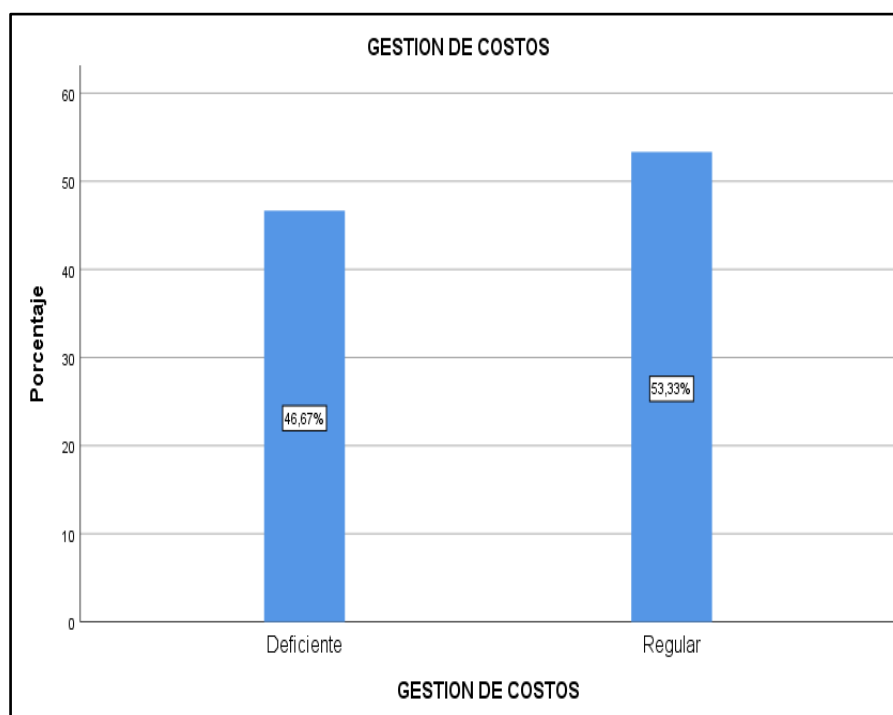


Figura 3 Gestión de Costos

Tabla 6.

Distribución de Frecuencia de la variable Rentabilidad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Deficiente	6	10,0	10,0	10,0
	Regular	30	50,0	50,0	60,0
	Eficiente	24	40,0	40,0	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

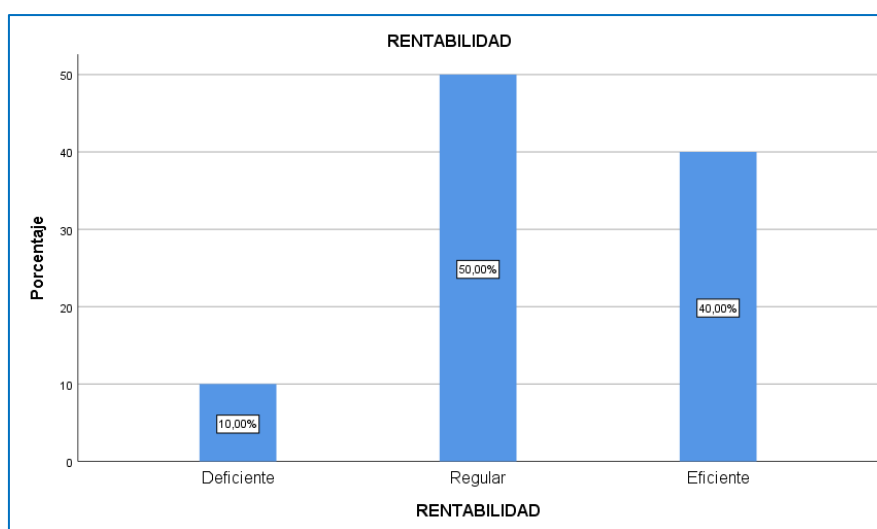


Figura 4 Rentabilidad

Tabla 7.

Distribución de Frecuencia de la Dimensión Costo de Adquisición

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Deficiente	2	3,3	3,3	3,3
	Regular	38	63,3	63,3	66,7
	Eficiente	20	33,3	33,3	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

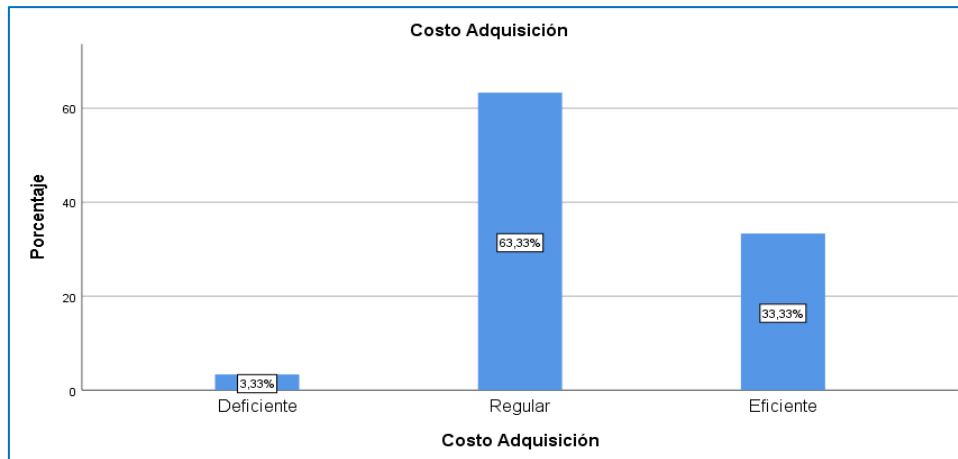


Figura 5 Costo de Adquisición

Tabla 8.

Distribución de Frecuencia de la Dimensión Costo de Inventario

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Deficiente	16	26,7	26,7
	Regular	32	53,3	80,0
	Eficiente	12	20,0	100,0
	Total	60	100,0	100,0

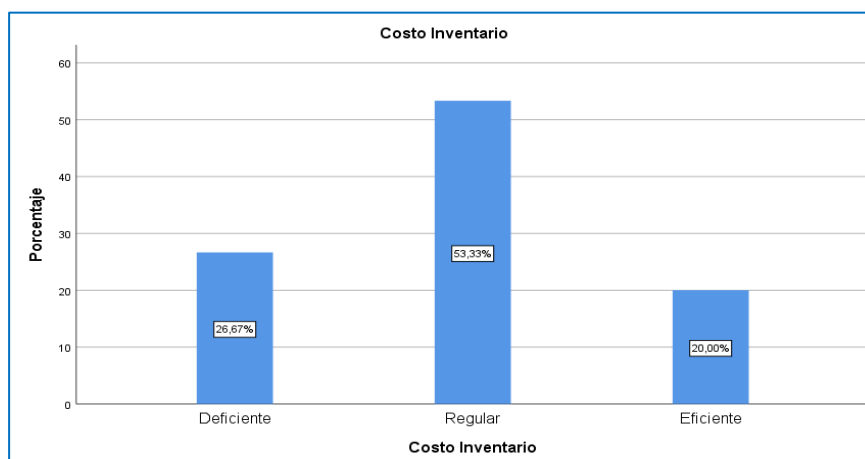


Figura 6 Costo de Inventario

Tabla 9.

Distribución de Frecuencia de la Dimensión Costo de Venta

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Deficiente	14	23,3	23,3	23,3
	Regular	32	53,3	53,3	76,7
	Eficiente	14	23,3	23,3	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

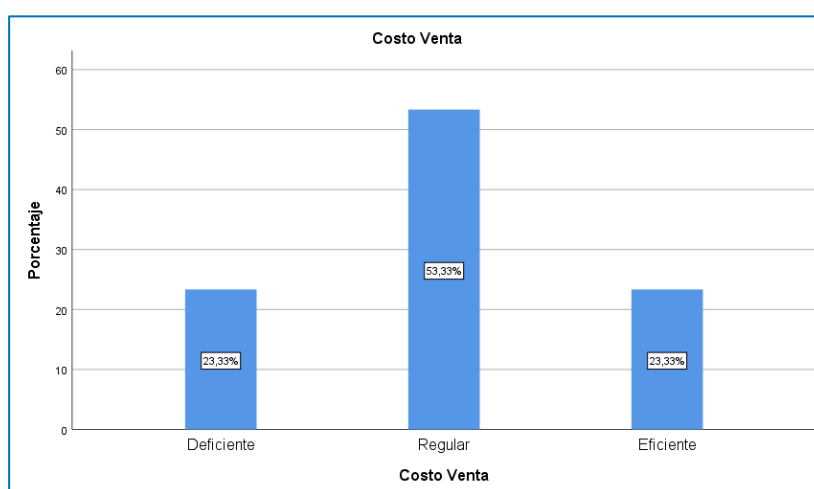


Figura 7 Costo de Venta

Tabla 10.

Distribución de Frecuencia de la Dimensión Rentabilidad Económica

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Deficiente	20	33,3	33,3	33,3
	Regular	20	33,3	33,3	66,7
	Eficiente	20	33,3	33,3	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

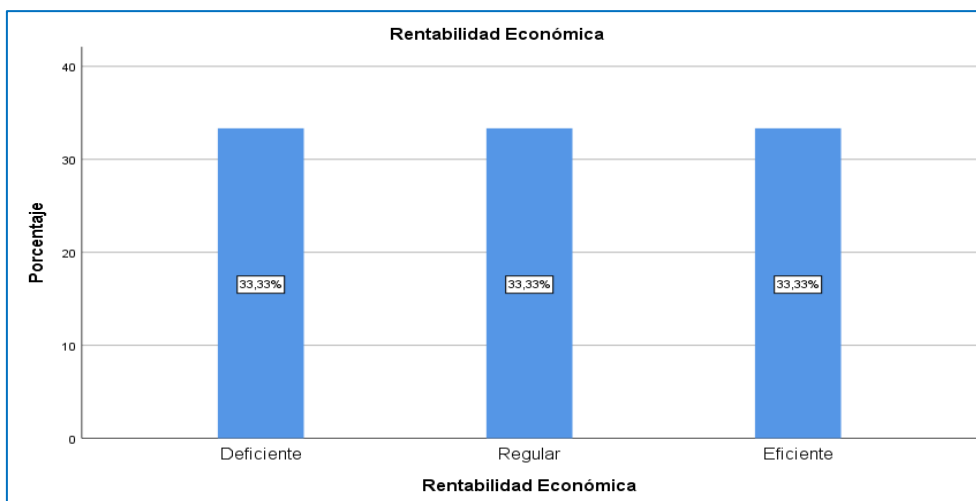


Figura 8 Rentabilidad Económica

Tabla 11.

Distribución de Frecuencia de la Dimensión Rentabilidad Financiera

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Deficiente	4	6,7	6,7
	Regular	22	36,7	43,3
	Eficiente	34	56,7	100,0
	Total	60	100,0	100,0

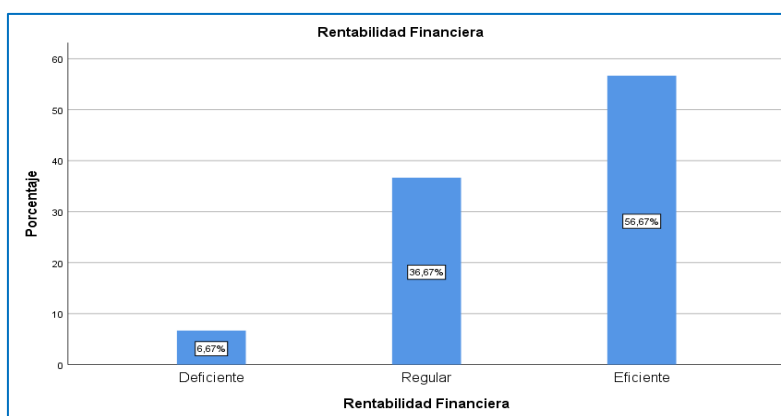


Figura 9 Rentabilidad Financiera

Tabla 12.

Distribución de Frecuencia de la Dimensión Margen de Utilidad

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Deficiente	2	3,3	3,3
	Regular	36	60,0	63,3
	Eficiente	22	36,7	100,0
	Total	60	100,0	100,0

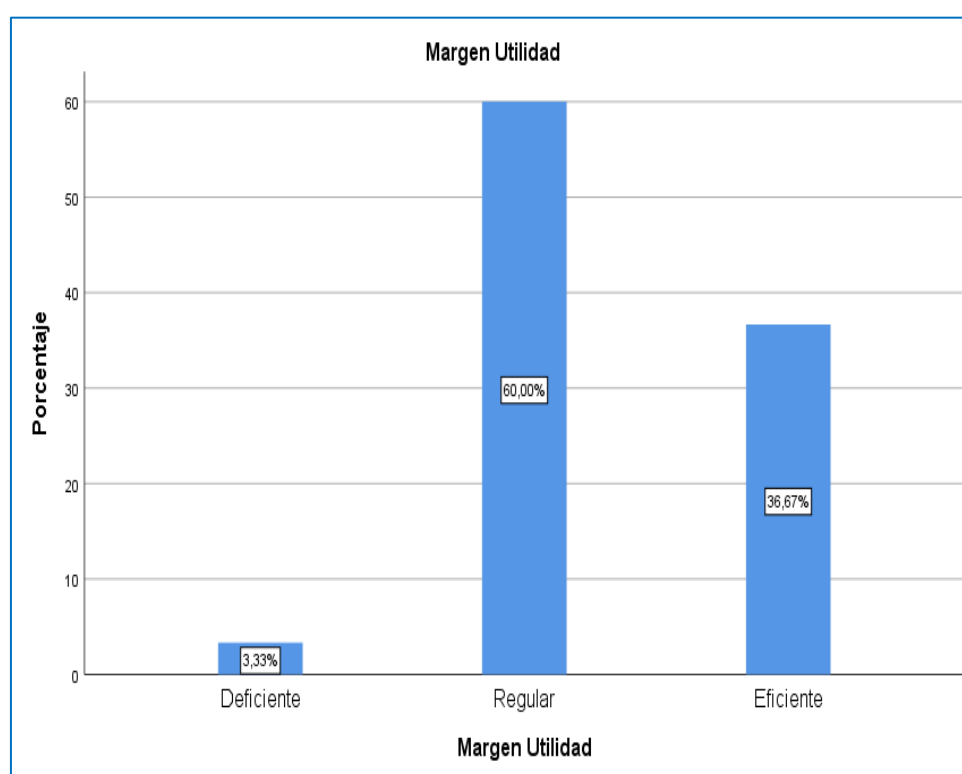


Figura 10 Margen de Utilidad

TABLAS CRUZADAS

Tabla 13.

Variables Gestión de Costos y Rentabilidad

		RENTABILIDAD				
		No adecuado	Regular	Adecuado	Total	
GESTION DE COSTOS	Deficiente	Recuento	6	16	6	28
		% del total	10,0%	26,7%	10,0%	46,7%
	Regular	Recuento	0	14	18	32
		% del total	0,0%	23,3%	30,0%	53,3%
Total		Recuento	6	30	24	60
		% del total	10,0%	50,0%	40,0%	100,0%

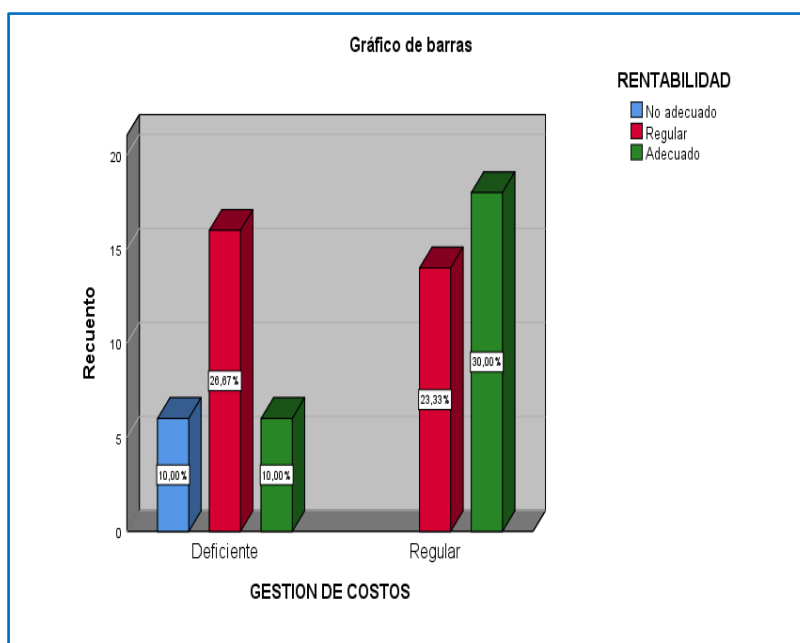


Figura 11 Variable Gestión de Costos y Rentabilidad

Tabla 14.

Costo de Adquisición con la Rentabilidad

		RENTABILIDAD			Total	
		No adecuado	Regular	Adecuado		
		Deficiente	Recuento	0		2
	% del total	0,0%	3,3%	0,0%	3,3%	
Costo Adquisición	Regular	Recuento	6	20	12	38
	% del total	10,0%	33,3%	20,0%	63,3%	
Eficiente	Recuento	0	8	12	20	
	% del total	0,0%	13,3%	20,0%	33,3%	
Total		Recuento	6	30	24	60
		% del total	10,0%	50,0%	40,0%	100,0%

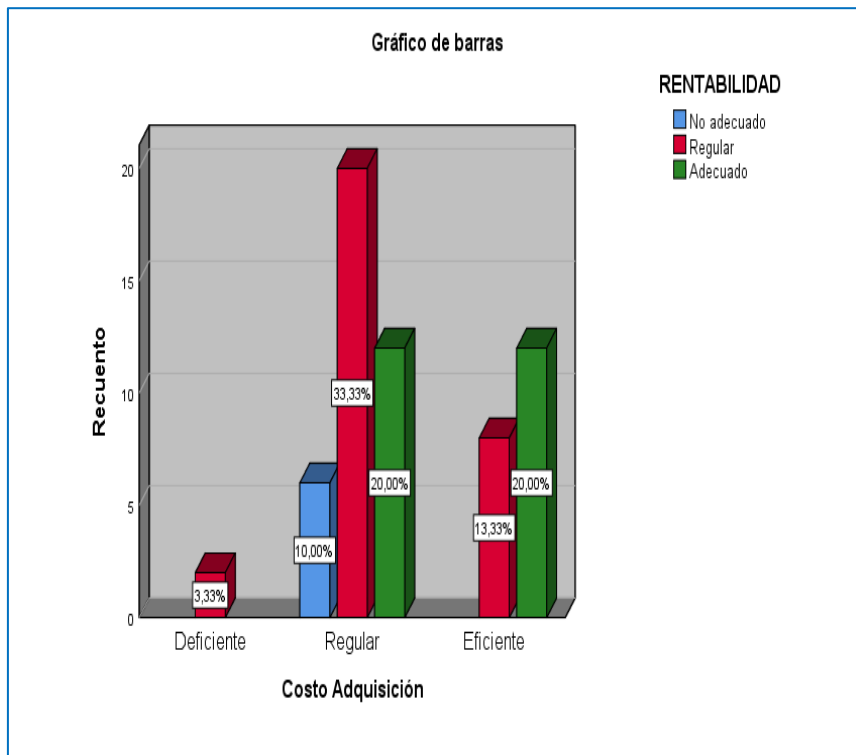


Figura 12 Costo Adquisición y Rentabilidad

Tabla 15.

Costo de Inventario con la Rentabilidad

		RENTABILIDAD			Total	
		No adecuado	Regular	Adecuado		
Costo Inventario	Deficiente	Recuento	6	8	2	16
		% del total	10,0%	13,3%	3,3%	26,7%
	Regular	Recuento	0	14	18	32
		% del total	0,0%	23,3%	30,0%	53,3%
	Eficiente	Recuento	0	8	4	12
		% del total	0,0%	13,3%	6,7%	20,0%
Total		Recuento	6	30	24	60
		% del total	10,0%	50,0%	40,0%	100,0%

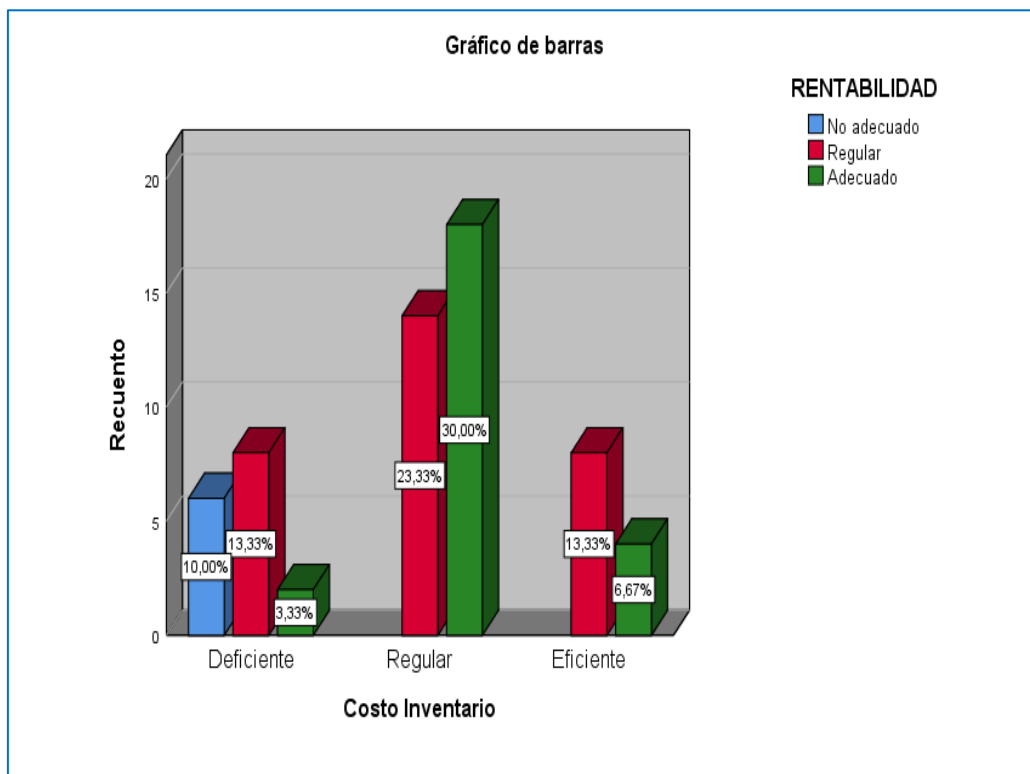


Figura 13 Costo Inventario y Rentabilidad

Tabla 16.

Costo de Venta con la Rentabilidad

		RENTABILIDAD			Total		
		No adecuado	Regular	Adecuado			
Costo Venta	Deficiente	Recuento	6	6	2	14	
		% del total	10,0%	10,0%	3,3%	23,3%	
	Regular	Recuento	0	12	20	32	
		% del total	0,0%	20,0%	33,3%	53,3%	
	Eficiente	Recuento	0	12	2	14	
		% del total	0,0%	20,0%	3,3%	23,3%	
	Total		Recuento	6	30	24	60
			% del total	10,0%	50,0%	40,0%	100,0%

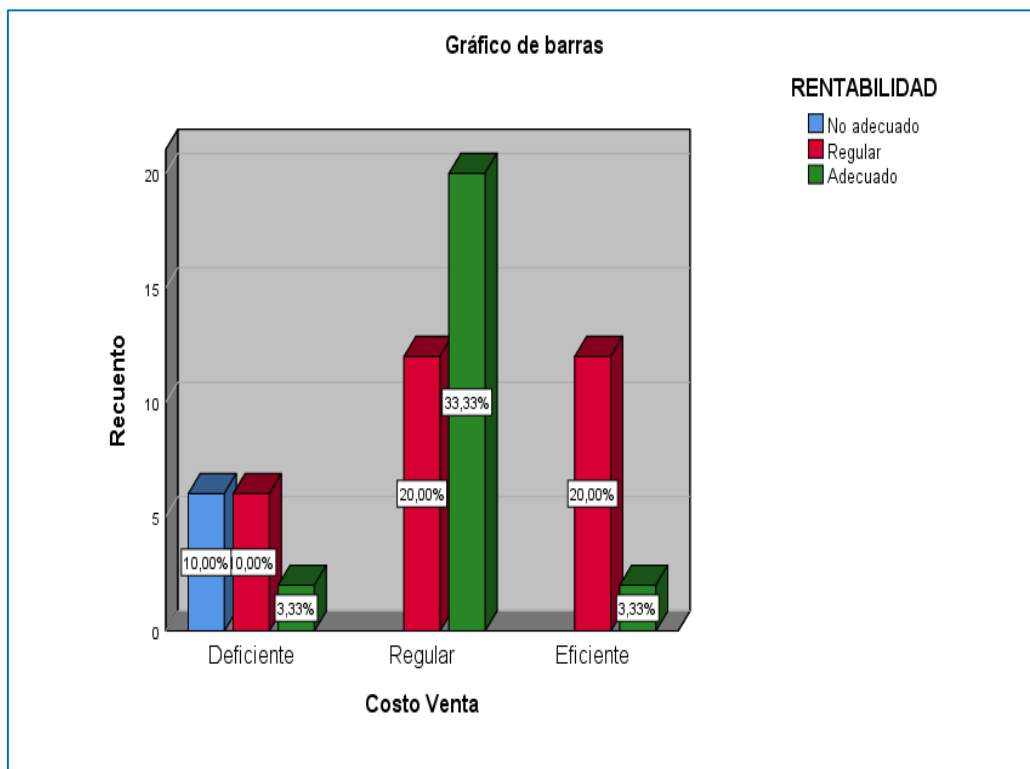


Figura 14 Costo de Venta y Rentabilidad

5.2. Interpretación de resultados

En esta sección se llevará a cabo el análisis de los resultados presentados en las diversas tablas y gráficos de la investigación efectuada.

Interpretación: Según la tabla 5 y figura 3, se observa que los resultados de la Distribución de frecuencia de la variable Gestión de costos, del total de encuestados, se evidencia un nivel deficiente de 46.7% (28) y un nivel regular de 53.3% (32) y un nivel eficiente de 0%.

Interpretación: Según la tabla 6 y figura 4, se observa que los resultados de la Distribución de frecuencia de la variable Rentabilidad, del total de encuestados, se evidencia un nivel deficiente de 10% (6), un nivel regular de 50% (30) y un nivel eficiente de 40% (24).

Interpretación: Según la tabla 7 y figura 5, se observa que los resultados de la Distribución de frecuencia de la dimensión Costo de Adquisición, del total de encuestados, se evidencia un nivel deficiente de 3.3% (2), un nivel regular de 63.3% (38) y un nivel eficiente de 33.3% (20).

Interpretación: Según la tabla 8 y figura 6, se observa que los resultados de la Distribución de frecuencia de la dimensión Costo de Inventario, del total de encuestados, se evidencia un nivel deficiente de 26.7% (16), un nivel regular de 53.3% (32) y un nivel eficiente de 20% (12).

Interpretación: Según la tabla 9 y figura 7, se observa que los resultados de la Distribución de frecuencia de la dimensión Costo de Ventas, del total de encuestados, se evidencia un nivel deficiente de 23.3% (14), un nivel regular de 53.3% (32) y un nivel eficiente de 23.3% (14).

Interpretación: Según la tabla 10 y figura 8, se observa que los resultados de la Distribución de frecuencia de la dimensión

Rentabilidad Económica, del total de encuestados, se evidencia un nivel deficiente de 33.3% (20), un nivel regular de 33.3% (20) y un nivel eficiente de 33.3% (20).

Interpretación: Según la tabla 11 y figura 9, se observa que los resultados de la dimensión Rentabilidad Financiera, del total de encuestados, se evidencia un nivel deficiente de 6.7% (4), un nivel regular de 36.7% (22) y un nivel eficiente de 56.7% (34).

Interpretación: Según la tabla 12 y figura 10, se observa que los resultados de la Distribución de frecuencia de la dimensión Margen de utilidad, del total de encuestados, se evidencia un nivel deficiente de 3.3 % (2), un nivel regular de 60% (36) y un nivel eficiente de 36.7% (22).

Interpretación: Según la tabla 13 y figura 11, de Variables Gestión de Costos y Rentabilidad, se observa la variable Gestión de costos en un nivel deficiente de 10% (6) de los encuestados perciben un nivel de rentabilidad no adecuado, por otro lado, la variable Gestión de costos en un nivel regular de 23.3% percibe la rentabilidad en un nivel regular. Asimismo, la variable Gestión de costos un nivel eficiente de 0%, los encuestados perciben una rentabilidad adecuada.

Interpretación: Según la tabla 14 y figura 12, Dimensión 1 de la variable q con la variable 2; se observa que los Costos de adquisición en un nivel deficiente de 0% de los encuestados perciben un nivel de rentabilidad no adecuado, por otro lado, los costos de adquisición en un nivel regular de 33.3% percibe una rentabilidad regular. Asimismo, los costos de adquisición en un nivel eficiente de 20%, los encuestados perciben una rentabilidad adecuada.

Interpretación: Según la tabla 15 y figura 13, Dimensión 2 de la variable 1 con la variable 2; se observa que los costos de inventario en un nivel deficiente de 10% de los encuestados perciben un nivel de rentabilidad no adecuado, por otro lado, los costos de inventario en un

nivel regular de 23.3% percibe una rentabilidad regular. Asimismo, la dimensión costo de inventario en un nivel eficiente de 6.7%, los encuestados perciben una rentabilidad adecuada.

Interpretación: Según la tabla 16 y figura 14, Cruzadas de las dimensiones 3 de la variable 1 con la variable 2; se observa que los costos de venta en un nivel deficiente de 10% de los encuestados perciben un nivel de rentabilidad no adecuado, por otro lado, la dimensión costo de ventas en un nivel regular de 20% percibe una rentabilidad regular. Asimismo, la dimensión costo de ventas en un nivel eficiente de 3.3%, los encuestados perciben una rentabilidad adecuada.

VI. ANALISIS DE LOS RESULTADOS

6.1. Análisis inferencial.

En este segmento, se examinarán los hallazgos obtenidos mediante la encuesta realizada a 60 colaboradores de 20 diferentes establecimientos, con el fin de validar las hipótesis planteadas en este estudio.

Tabla 17.

Prueba de Normalidad

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
GESTION DE COSTOS	,136	60	,008	,941	60	,006
RENTABILIDAD	,190	60	,000	,884	60	,000

***Corrección de significación de Lilliefors*

Interpretación: En la tabla 15, considerando la prueba de Kolmogorov - Smirnov debido a la cantidad de la muestra, se observa que las variables no siguen una distribución normal, ya que el p- valor es < a (0.05), por ello se empleara la prueba de Rho de Spearman (no paramétrica) para medir la correlación de las variables mencionadas.

Prueba de Hipótesis

Hipótesis General

Tabla 18.

Correlación de Gestión de Costos y Rentabilidad

		Gestión de Costos	Rentabilidad
<i>Rho de Spearman</i>	Gestión de Costos	Coefficiente de correlación	,586**
		Sig. (bilateral)	,000
		N	60
	Rentabilidad	Coefficiente de correlación	,586**
		Sig. (bilateral)	,000
		N	60

****La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).**

Interpretación: Como se aprecia en la tabla 16, el resultado del coeficiente de relación Rho de Spearman de 0.586, indica que existe relación positiva entre las variables, además se encuentra en el nivel de correlación moderada, siendo el nivel de significancia de $p=0.000 < 0.001$ (Altamente significativo); se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis general; se concluye: que existe relación entre la Gestión de Costos y la Rentabilidad en el Centro Comercial Asociación Ferial Siglo XX, Venta de Electrodomésticos Arequipa 2025.

Hipótesis Específicas

Tabla 19.

Hipótesis Específica 1 – Costo de Adquisición y Rentabilidad

			Costo Adquisición	Rentabilidad
<i>Rho de Spearman</i> <i>n</i>	Costo Adquisición	Coefficiente de correlación	1,000	,665**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	60	60
	Rentabilidad	Coefficiente de correlación	,665**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	60	60

***La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).*

Interpretación: En la tabla 17, el resultado del coeficiente de relación Rho de Spearman de 0.665, indica que existe relación positiva entre la dimensión Costos de adquisición y la variable Rentabilidad, además se encuentra en el nivel de correlación alta, siendo el nivel de significancia de $p=0.000 < 0.001$ (Altamente significativo); se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis específica 1; se concluye: que existe relación entre el costo de adquisición y la Rentabilidad en el Centro Comercial Asociación Ferial Siglo XX, Venta de Electrodomésticos Arequipa 2025.

Tabla 20.

Hipótesis Específica 2 – Costo de Inventario y Rentabilidad

			Costo Inventario	Rentabilidad
<i>Rho de Spearman</i>	Costo Inventario	Coefficiente de correlación	1,000	,482**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	60	60
	Rentabilidad	Coefficiente de correlación	,482**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	60	60

***La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).*

Interpretación: En la tabla 18, el resultado del coeficiente de relación Rho de Spearman de 0.482, indica que existe relación positiva entre la dimensión Costos de inventario y la variable Rentabilidad, además se encuentra en el nivel de correlación alta, siendo el nivel de significancia de $p=0.000 < 0.001$ (Altamente significativo); se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis específica 2; se concluye: que existe relación entre el costo de inventario y la Rentabilidad en el Centro Comercial Asociación Ferial Siglo XX, Venta de Electrodomésticos Arequipa 2025.

Tabla 21.

Hipótesis Específica 3 - Costo de Venta y Rentabilidad

			Costo Venta	Rentabilidad
<i>Rho de Spearman</i>	Costo Venta	Coefficiente de correlación	1,000	,549**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	60	60
	Rentabilidad	Coefficiente de correlación	,549**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	60	60

***La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).*

Interpretación: En la tabla 19, el resultado del coeficiente de relación Rho de Spearman de 0.549, indica que existe relación positiva entre la dimensión Costos de ventas y la variable Rentabilidad, además se encuentra en el nivel de correlación alta, siendo el nivel de significancia de $p=0.000 < 0.001$ (Altamente significativo); se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis específica 3; se concluye: que existe relación entre el costo de inventario y la Rentabilidad en el Centro Comercial Asociación Ferial Siglo XX, Venta de Electrodomésticos Arequipa 2025.

VII. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

7.1. Comparación de resultados.

De acuerdo con el objetivo planteado de determinar la relación de gestión de costos y la rentabilidad en el Centro Comercial Asociación Ferial Siglo XX, Venta de Electrodomésticos Arequipa 2025, a través del planteamiento de la hipótesis general se confirma que la correlación encontrada es positiva perfecta ($r= 0.586$), a un nivel de significancia de 0.000 que es menor al indicador de decisión de 0.05 (5%). Lo que demuestra que la gestión de costos impacta significativamente en la rentabilidad. Por lo que se acepta la hipótesis general de la investigación (H_i) y se rechaza la hipótesis nula (H_o).

Resultado que coincide con la investigación de Rodríguez (2022), realizada en la empresa Evolution Dental, en la ciudad de Lima, con un Rho de Spearman es de $r = 0.970$, demostrando una correlación positiva, donde los costos impactan en la rentabilidad en 97 %, resultados similares se encontraron en la investigación de Leyva & Ortega (2021), donde nos indica que los costos se relacionan favorablemente con la rentabilidad, con rho de Spearman de $r = 0.728$, demostrando un impacto del 72.8 % en la rentabilidad. Casanova et al. (2023), la gestión de costos constituye un recurso fundamental para la rentabilidad de las pequeñas y medianas empresas, ya que facilita el conocimiento y control de los gastos de producción y operación. Esto permite fijar precios apropiados y competitivos, planificar y supervisar los presupuestos, detectar desviaciones y áreas que necesitan mejoras, analizar la rentabilidad de los productos y servicios, y así tomar decisiones en el momento adecuado. Existe una conexión directa entre la administración de costos y la rentabilidad. Ope (2021) demostraron, que en la práctica no se lleva a cabo el seguimiento del proceso de importación ni la distribución de los costos asociados a las mercancías. Como consecuencia, la contabilización carecía de fundamento, lo que impactó negativamente en los resultados de la rentabilidad.

En cuanto a la Hipótesis específica 1, se confirma la relación de la dimensión 1 de la variable 1 con la variable 2, encontrando una relación positiva alta ($r = 0.665$), con un nivel de significancia de 0.000, que es menor al indicador de decisión del 5%, demostrando que el costo de adquisición impacta significativamente en la rentabilidad del del Centro Comercial Asociación Ferial Siglo XX, Venta de Electrodomésticos Arequipa 2025. Este resultado concuerda con Tito (2021) en su investigación Costo de importación y la rentabilidad de la empresa Industria Metal mecánica Huamaní E.I.R.L., Arequipa, 2021; cuya correlación hallada con un Rho de Spearman de $r = 0.952$, demostrando que los costos de adquisición impactan en la rentabilidad significativamente en 95.2 %. Clavijo & Espinoza (2022) indica que el costo de adquisición depende del comportamiento de los registros de compra, ya que no utilizan un sistema de cálculo de costos. Tapara & Pampa (2022) en su investigación encontraron que la empresa lleva un sistema tradicional de costos, lo que favorece la medición de la rentabilidad. Es decir, estos costos se ven relacionados con la rentabilidad de las empresas.

En cuanto a la Hipótesis específica 2, se corrobora la relación de la dimensión 2 de la variable 1 con la variable 2, encontrando una relación positiva moderada ($r = 0.482$), con un nivel de significancia de 0.000, que menor al indicador de decisión del 5%, demostrando que el costo de inventario impacta significativamente en la rentabilidad del Centro Comercial Asociación Ferial Siglo XX, Venta de Electrodomésticos Arequipa 2025. Resultados similares concuerdan con la investigación de Chinchay (2022) Gestión de Inventarios y la rentabilidad de las empresas comerciales de autopartes, donde demuestra la relación positiva de sus dimensiones con una correlación de Pearson de $r = 0.850$, dando como resultados que las variables de gestión de inventarios y la rentabilidad tienen una correlación fuerte, con un nivel de significancia de 0.000, que menor al indicador de decisión del 5%, siendo que Mera (2022), nos indica que el costo de inventario emplea un sistema de promedio ponderado, para poder establecer un precio

de venta y la empresa reciba beneficios económicos en el futuro. El costo de inventario incluye los costos de mantenimiento, ubicación, estado de la mercadería, ingreso y salida de mercadería, la información de los costos es examinado a través de datos reales del inventario, costos que influyen en la rentabilidad. Cando & Lozada (2021), en su investigación, encontraron que el costo de inventario no dispone de un sistema de cálculo de costes que les permita establecer el precio de venta, el cual a su vez afecta la evaluación de la rentabilidad.

En cuanto a la Hipótesis específica 3, se confirma la relación de la dimensión 3 de la variable 1 con la variable 2, encontrando una relación positiva moderada ($r = 0.549$), con un nivel de significancia de 0.000, que menor al indicador de decisión del 5%, lo que demuestra que el costo de venta impacta significativamente en la rentabilidad del Centro Comercial Asociación Ferial Siglo XX, Venta de Electrodomésticos Arequipa 2025. Hallándose resultados similares con la investigación de Flores & Mercado (2023), Costo de Venta y Rentabilidad en la empresa Autotriz Central del Peru S.A.C., Ayacucho, 2021; encontrando un grado de correlación fuerte, representado por el Rho de Spearman de $r = 0.584$, se destaca que el valor de significancia es inferior al 0.05, concluyendo de esta manera la aceptación de la hipótesis específica 3, donde existe relación entre el costo de venta y la rentabilidad. Choquehuanca & Ortiz (2021), encontrando un grado de correlación muy fuerte, representado por el Rho de Spearman de $r = 0.919$, se destaca que el valor de significancia es inferior al 0.05, concluyendo de esta manera la aceptación de la hipótesis específica 3, donde existe relación entre el costo de venta y la rentabilidad.

CONCLUSIONES

1.- Se concluye que la gestión de costos se relaciona significativamente con la rentabilidad en el Centro Comercial Asociación Ferial Siglo XX, Venta de Electrodomésticos Arequipa 2025. La correlación estuvo basada en un coeficiente de 0.586, lo que indica una correlación moderada y directa entre las dos variables.

2.- Se concluye que el costo de adquisición se relaciona significativamente con la rentabilidad en el Centro Comercial Asociación Ferial Siglo XX, Venta de Electrodomésticos Arequipa 2025. La correlación estuvo basada en un coeficiente 0.665, lo que demuestra una relación moderada y directa entre el costo de adquisición y la rentabilidad.

3.- Se concluye que el costo de inventario se relaciona significativamente con la rentabilidad en el Centro Comercial Asociación Ferial Siglo XX, Venta de Electrodomésticos Arequipa 2025. La correlación estuvo basada en un coeficiente 0.482, lo que demuestra una correlación moderada y directa entre el costo de inventario y la rentabilidad.

4.- Se concluye que el costo de venta se relaciona significativamente con la rentabilidad en el Centro Comercial Asociación Ferial Siglo XX, Venta de Electrodomésticos Arequipa 2025. La correlación estuvo basada en un coeficiente 0.549, lo demuestra indica una correlación moderada y directa entre el costo de venta y la rentabilidad

RECOMENDACIONES

Se recomienda crear una estrategia de gestión de costos para maximizar el uso de los recursos, analizar riesgos con un adecuado reporte de rentabilidad, que le permitirá evaluar y comparar resultados importantes para la toma de decisiones, así como informar a los inversionistas sobre la utilidad y eficiencia de la empresa.

En la determinación del costo de adquisición, en la compra se debe tener cuidado en identificar si es costo o gasto, para así evaluar la forma correcta de los precios.

Llevar de una manera eficiente el costo de inventarios, en la adquisición, salidas y traslado de mercaderías, movimientos que deben ser reflejados en el Kardex, donde se observe los egresos, ingresos y devoluciones, llevados de forma ordenada en la distribución de mercaderías y tener el sistema actualizado con la información a tiempo real.

Para maximizar la eficiencia en los costos de venta, es fundamental conocer sus componentes y posteriormente aplicar tácticas que ayuden a disminuirlos. Esto conlleva examinar tanto los costos directos de fabricación como los gastos relacionados con la comercialización. Disminuir los costos de venta puede aumentar la rentabilidad de la empresa, aunque es esencial no sacrificar la calidad del producto ni la satisfacción del cliente.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguirre, J., et al. (1998). *Contabilidad de costos II: Gestión y control presupuestario control de gestión la función del controller* (Cultura S.A., Ed.; Primera Edición).
- Álvarez, J. (2013). *Aplicación práctica NIIF para PYMES* (Editores Pacífico, Ed.).
- Apaza, M. (2011). *Estados Financieros: Formulación, análisis e interpretación conforme a las NIIFs y al PCGE* (Instituto Pacífico, Ed.; 1a. Ed.).
- Arias, F. (2012). *El Proyecto de Investigación Introducción a la metodología científica* (Editorial Episteme, Ed.; 6a. Edición).
- Arias, J., & Cano, V. (2020). *Contabilidad de gestión: implicaciones estratégicas en el desarrollo del sector industrial metalmecánico colombiano*. *Revista Venezolana de Gerencia*, 129–149. <https://doi.org/10.37960/rvg.v25i3.33358>
- Aznaran, F. (2022). *Gestión de costos y la rentabilidad sobre las ventas de la empresa Grupo G Y CH S.A.C., Callao, en el periodo 2020-2021* [Universidad Cesar Vallejo]. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/102053>
- Baena, G. (2017). *Metodología de la investigación* (Grupo Editorial Patria, Ed.; Tercera Edición).
- Baldini, R., & Casari, M. (2008). *Los Modelos de costeo y la gestión empresarial*. *Invenio: Revista de Investigación Académica* ISSN-e 0329-3475, N°. 20, 73–89. <https://dialnet.unirioja.es/download/articulo/4229915.pdf>
- Barajas, A. (2008). *Finanzas para no financistas* (Editorial Pontificia Universidad Javeriana, Ed.; Cuarta Edición).

Caicedo, C., & Zambrano, E. (2023). *Gestión de la rentabilidad económica en restaurantes del cantón Chone, Ecuador*. *Uniandes Episteme*, 10(2), 261–273.

<https://doi.org/10.61154/rue.v10i2.2907>

Cando, E., & Lozada, J. (2021). *Diseño de un sistema costos por proceso y su incidencia en la rentabilidad de la ebanistería “Márquez” del cantón la maná provincia de Cotopaxi periodo 2020* [Universidad Técnica de Cotopaxi (UTC)].

<http://repositorio.utc.edu.ec/bitstream/27000/7679/1/UTC-PIM-000339.pdf>

Caraballo, et al. (2013). *Análisis de la Rentabilidad (Tema 6)*.

https://ocw.ehu.eus/file.php/245/TEMA_6_ANALISIS_DE_LA_RENTABILIDAD.pdf

Cárdenas, R. (2006). *Administración de costos métodos modernos de costos y manufactura* (McGraw-Hill, Ed.).

Casanova, et al. (2023). *La contabilidad de costos y su incidencia en la rentabilidad de las PYMES*. *Journal of Economic and Social Science Research*, 3(1), 17–30.

<https://doi.org/10.55813/gaea/jessr/v3/n1/59>

Cazau, P. (2006). *Introducción a la Investigación en Ciencias Sociales* (3a. Ed.).

Chacón, G. (2007). *La Contabilidad de Costos, los Sistemas de Control de Gestión y la Rentabilidad Empresarial*. *Actualidad Contable Faces*, Vol. 10, Núm. 15 Universidad de Los Andes, 29–45.

<https://www.redalyc.org/pdf/257/25701504.pdf>

Charlita, P. (2012). *Gestión de costos en salud: Teoría, cálculo y uso* (2a. ed). Ecoe Ediciones.

Chinchay, A. (2022). *Gestión de inventarios y la rentabilidad de las Empresas Comerciales de Autopartes, Cercado de Lima 2022* [Universidad César Vallejo].

<https://hdl.handle.net/20.500.12692/112178>

Choquehuanca, L., & Ortiz, P. (2021). *Costo de venta y la rentabilidad en las pequeñas empresas comerciales del rubro librerías del cercado de Arequipa, 2020* [Universidad César Vallejo].

<https://hdl.handle.net/20.500.12692/66065>

Ciappa, C. (2005). *Indicadores de Rentabilidad en el Sector agrario argentino*. <https://cdi.mecon.gob.ar/bases/docelec/az1132.pdf>

Clavijo, I., & Espinoza, R. (2022). *Sistemas de costos por órdenes de producción y su incidencia en la rentabilidad de las pequeñas empresas de la industria textil en la ciudad de Guayaquil*. [Universidad Católica de Santiago de Guayaquil].

<http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/18294>

Cuesta, M., & Herrero, F. (2009). *Introducción al muestreo*. Universidad de Oviedo.

https://www.academia.edu/95676059/Tema_Introducci%C3%B3n_Al_Muestreo

De Jaime, J. (2003). *Análisis económico financiero de las decisiones de gestión empresarial* (ESIC Editorial, Ed.).

Dess, G., & Lumpkin, G. T. (2003). *Dirección estratégica: Creando ventajas competitivas* (McGraw-Hill Interamericana, Ed.).

Fernández, M., & Rojas, M. (2004). *Contrastación de la teoría del Pecking Order: El caso de las empresas españolas*. Documentos de Trabajo Nuevas Tendencias En Dirección de Empresas (Universidad de Salamanca, Ed.).

Flores, J., & Mercado, Y. (2023). *Costo de ventas y rentabilidad en la Empresa Automotriz Central del Perú S.A.C., Ayacucho 2021*

[Tesis de grado, Universidad Peruana Los Andes].
<https://hdl.handle.net/20.500.12848/6517>

Flores, J., & Misaico, S. (2022). *Costos y presupuestos: teoría y práctica* (CECOF ed.). 2022.

Forsyth, J. (2012). *Finanzas Empresariales: Rentabilidad y valor* (Tarea Asociación Gráfica Educativa, Ed.; 2da. Ed.-2da.Reimpr.).
https://www.researchgate.net/profile/Juan-Forsyth/publication/343053971_Forsyth_Finanzas_Empresariales_Rentabilidad_y_Valor/links/5f13c23da6fdcc3ed7153ba3/Forsyth-Finanzas-Empresariales-Rentabilidad-y-Valor.pdf

Franklin, E. (1998). *Organización de Empresas: Análisis, diseño y estructura* (S. A. de C. V. McGRAW-HILL INTERAMERICANA EDITORES, Ed.).

Gitman, L. (2007). *Principios de administración financiera* (PEARSON EDUCACION, Ed.; 11a. Ed.).
<https://s09f8382d538fd39c.jimcontent.com/download/version/1558331458/module/6771934013/name/libro%20adm%20financ%20.pdf>

Gonzales, J., Chávez, W., Berrio, J., & Santos, A. (2023). *El crecimiento empresarial y su relación en la rentabilidad de una MYPE del rubro comercial en Arequipa, Perú. Región Científica.*
<https://doi.org/10.58763/rc202387>

Guajardo, G., & Andrade, N. (2008). *Contabilidad Financiera* (S. A. D. C. V. McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, Ed.; 5ta. Edición).
<https://clea.edu.mx/biblioteca/files/original/e23f70cdbcdb8ebb07228b167f869c522d.pdf>

Hernández, et al. (2014). *Metodología de la Investigación* (S. A. D. C. V. McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, Ed.; Sexta Edición).

- Hernández, R., & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta* (Editorial Mc Graw Hill Education, Ed.; Año de edición: 2018).
- Horngrén, et al. (2012). *Contabilidad de costos, un enfoque gerencial* (Pearson Educación, Ed.; 14a. ed.).
- Hosmalin, G. (1967). *Rentabilidad de las inversiones* (Editorial Hispano Europea, Ed.).
- Julca, S. (2023). *Gestión de costos de ventas para incrementar la rentabilidad en Negocios ROYLI S.A.C. 2023* [Tesis de grado, Universidad Señor de Sipán].
<https://hdl.handle.net/20.500.12802/12124>
- Ketelhohn, W. (2004). *Inversiones: Análisis de Inversiones estratégicas* (Editorial Norma, Ed.).
- Kinney, T., & Taylor, J. (1993). *Investigación de Mercados un enfoque aplicado* (McGRAW-HILL, Ed.; 3ra. Edición).
- Laporta, R. (2016a). *Costos y Gestión Empresarial*. ECOE Ediciones, 1–261.
<https://www.ecoediciones.mx/wp-content/uploads/2016/06/Costos-y-gesti%C3%B3n-empresarial.pdf>
- Laporta, R. (2016b). *Costos y Gestión empresarial* (Ecoe Ediciones, Ed.; 1ra. Edición).
- Laura, J., & Sánchez, L. (2022). *Implementación de un Sistema de Costos por Servicios para mejorar la Rentabilidad en la Empresa PLUXTEC SRL, Arequipa Junio 2019* [Tesis de grado, Universidad Católica Santa María].
<https://repositorio.ucsm.edu.pe/server/api/core/bitstreams/7ca806f5-fbab-4126-b5e9-80171989e991/content>

- Leyva, Y., & Ortega, E. (2021). *Los Costos de Importación y la Rentabilidad, en la Empresa Importadora del Distrito de la Victoria, Períodos: 2018 al 2020* [Universidad César Vallejo]. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/89252>
- Lira, P. (2009). *Finanzas y financiamiento* (E. Lastra & E. Arce, Eds.; 1a. Ed.). Nathan Associates Inc. http://www.crecemype.pe/portal/images/stories/files/FINANZAS_FINANCIAMIENTO.pdf
- Lozano, et al. (2021). *Gestión de inventarios y la rentabilidad de una empresa del sector automotriz*. *Sapienza: International Journal of Interdisciplinary Studies*, 2(4), 205–219. <https://doi.org/10.51798/sijis.v2i4.157>
- Lucero, et al. (2017). *Costos para la Gestión* (P. Molinero, Ed.; Melina Caraballo). 2017. <https://www.unlpam.edu.ar/images/extension/edunlpam/QuedateEnCasa/costos-para-la-gesti%C3%B3n.pdf>
- Mera, I. (2022). *Los costos de producción y la rentabilidad en la empresa “Grupo Jimevi” en tiempos de COVID-19* [UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO]. <https://repositorio.uta.edu.ec/items/4681a937-f51e-47fe-8b85-50e3589b3b76>
- Miller, M. (2009). *Las proposiciones de Modigliani y Miller*. *Revista Asturiana de Economía*. http://www.revistaasturianadeeconomia.org/raepdf/43/P7_36MILLER.pdf
- Myers, S. (1984). *Capital Structure Puzzle*. <https://doi.org/10.3386/w1393>
- Nevado, et al. (2007). *Cómo gestionar el binomio rentabilidad-productividad: Función económico-financiera, la gestión de*

procesos, la gestión de la calidad y el cuadro de mando integral (Wolters Kluwer España S.A., Ed.).

Ochoa, et al. (2023). *Gestión de costos como herramienta de la rentabilidad en pequeñas y medianas empresas. Espacios*, 41(50), 287–298.

<https://doi.org/10.48082/espacios-a20v41n50p20>

Ope, A. (2021). *Ilamada Impacto de la Determinación de Costos de Importación para mejorar la Rentabilidad y su presentación en los Estados Financieros de la empresa Impo Sur S.R.L [Universidad Nacional de San Agustín].*

<http://hdl.handle.net/20.500.12773/14284>

Pabón, H. (2010). *Fundamentos de costos (Editorial Alfaomega, Ed.).*

Parada, J. (1988). *Rentabilidad Empresarial: Un enfoque de Gestión (1a Ed.). Universidad de Concepción.*

Peréz, J., & Veiga, C. (2013). *Control de la gestión empresarial (ESIC EDITORIAL, Ed.; 8va. Edición). España.*

Quiquia, B. (2021). *Costo de servicio y la rentabilidad en las empresas de transporte de carga- Gloria grande, distrito de Ate, año 2020 [UNIVERSIDAD PERUANA DE LAS AMÉRICAS].*

<http://repositorio.ulasamericas.edu.pe/handle/upa/1531>

Ramírez, et al. (2010). *Fundamentos y Técnicas de costos (Z. Romero Gonzáles, Ed.; Universidad Libre). 2010.*

https://www.unilibre.edu.co/cartagena/pdf/investigacion/libros/ceac/FUNDAMENTOS_Y_TECNICAS%20DE%20COSTO.pdf

Rodríguez, D. (2022). *Análisis de costos y su impacto en la Rentabilidad de la Empresa EVOLUCIÓN DENTAL, SAC., 2020 [Universidad Peruana de Ciencias e Informática].*

<http://repositorio.upci.edu.pe/handle/upci/627>

- Sánchez, J. (2002). *Análisis de Rentabilidad de la empresa*.
<https://ciberconta.unizar.es/LECCION/anarenta/analisisR.pdf>
- Silva, I. L. (2007). *Contraste de la teoría del Pecking order: evidencia para el caso portugués* (Universidad de Salamanca, Ed.).
- Stickney, et al. (2012). *Contabilidad Financiera: Una introducción a conceptos, métodos y usos* (Cengage Learning Argentina, Ed.; 1a. Ed.).
- Suarez, M. (2023). *Margen de Utilidad*.
<https://guiadelempresario.com/contabilidad/margen-de-utilidad/>
- Tamayo, M. (2007). *El Proceso de la Investigación Científica: Incluye evaluación y administración de proyectos de investigación* (Limusa, Ed.; 4a. Edición).
- Tanaka, et al. (2013). *Gestión moderna de costes* (DIAZ DE SANTOS).
- Tapara, F., & Pampa, K. (2022). *Sistema de costeo basado en actividades y su incidencia en la rentabilidad caso Aronetty S.R.L Arequipa 2021* [Tesis de grado, Universidad Nacional de San Agustín].
<https://repositorio.unsa.edu.pe/items/c1a6f59d-3428-4086-8b39-56a2d6d61bc0>
- Tito, M. (2021). *Costo de importación y la rentabilidad de la empresa Industria Metal mecánica Huamaní EIRL, Arequipa, 2021*. [Tesis de grado, Universidad Cesar Vallejo].
<https://hdl.handle.net/20.500.12692/66075>
- Toro, F. (2007). *Costos y Presupuestos con Base en Tareas* (ECO Ediciones). 2007.
- Torres, G. (2015). *Costos: Aplicaciones del PCGE por sectores económicos: Vol. pag. 9* (Entrelíneas SRL).
- Torres, et al. (2024). *Análisis de costos estratégicos y su impacto en la rentabilidad: una revisión sistemática*. TARAMA, 2(1), 76–92.

<https://doi.org/10.61210/tarama.v2i1.69>

Vergara, K. (2020). *Análisis de la incidencia del costo promedio ponderado del capital en la rentabilidad de la empresa Axionlog Ecuador S.A. 2017-2019* [UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL].

<http://repositorio.ug.edu.ec/handle/reduq/52585>

Zaldivar, E., Fuentes, V., Leyva, E., Lozada, D., & Cantero, H. (2011). *Análisis de la Rentabilidad Económica. Tecnología propuesta para incrementar la eficiencia empresarial* (Editorial Universitaria Cubana, Ed.).

Zendesk. (2023, May 1). Costo de Ventas.

<https://www.zendesk.com.mx/blog/que-es-costo-de-venta/>

ANEXOS

Anexo 01: Matriz de consistencia

Título: Gestión de costos y la rentabilidad en el Centro Comercial Asociación Ferial Siglo XX, Venta de Electrodomésticos Arequipa 2025

Responsables: Ccoto Chatata, Sonia Josefina, Alvarez Meneses, Brenda Jennifer

PROBLEMA	OBJETIVO	HIPÓTESIS	VARIABLES	METODOLOGÍA
<p>Problema general</p> <p>¿Cuál es la relación entre la gestión de costos y la rentabilidad en el Centro Comercial Asociación Ferial Siglo XX, Venta de Electrodomésticos Arequipa 2025?</p> <p>Problemas específicos</p> <p>P.E.1</p> <p>¿Cuál es la relación entre el costo de adquisición y la rentabilidad en el Centro Comercial Asociación Ferial Siglo XX, Venta de Electrodomésticos Arequipa 2025?</p> <p>P.E.2</p> <p>¿Cuál es la relación entre el costo de inventario y la rentabilidad en el</p>	<p>Objetivo general</p> <p>Determinar la relación de gestión de costos y la rentabilidad en el Centro Comercial Asociación Ferial Siglo XX, Venta de Electrodomésticos Arequipa 2025.</p> <p>Objetivos específicos:</p> <p>O.E.1</p> <p>Determinar la relación entre el costo de adquisición y la rentabilidad en el Centro Comercial Asociación Ferial Siglo XX, Venta de Electrodomésticos Arequipa 2025</p> <p>O.E.2</p> <p>Determinar la relación entre el costo de inventario y la rentabilidad en el Centro Comercial Asociación</p>	<p>Hipótesis general</p> <p>Existe relación significativa entre la gestión de costos y la rentabilidad en el Centro Comercial Asociación Ferial Siglo XX, Venta de Electrodomésticos Arequipa 2025.</p> <p>Hipótesis específicas:</p> <p>H.E.1</p> <p>Existe relación significativa entre el costo de adquisición y la rentabilidad en el Centro Comercial Asociación Ferial Siglo XX, Venta de Electrodomésticos Arequipa 2025</p> <p>H.E.2</p> <p>Existe relación significativa entre el costo de inventario y la</p>	<p>Variable 1:</p> <p>Gestión de costos</p> <p>Dimensiones:</p> <ul style="list-style-type: none"> - D.1: Costo de Adquisición - D.2: Costo de Inventario - D.3.: Costo de Venta <p>Variable 2:</p> <p>Rentabilidad</p>	<p>Enfoque: Cuantitativo</p> <p>Tipo de investigación: Básico</p> <p>Nivel de Investigación: Correlacional</p> <p>Diseño: No experimental, descriptivo, correlacional</p> <p>Población: 20 Tiendas de Venta de Electrodomésticos del Centro Comercial Asociación Siglo XX</p>

<p>Centro Comercial Asociación Ferial Siglo XX, Venta de Electrodomésticos Arequipa 2025?</p> <p>P.E.3</p> <p>¿Cuál es la relación entre el costo de venta y la rentabilidad en el Centro Comercial Asociación Ferial Siglo XX, Venta de Electrodomésticos Arequipa 2025?</p>	<p>Ferial Siglo XX, Venta de Electrodomésticos Arequipa 2025</p> <p>O.E.3</p> <p>Determinar la relación entre el costo de venta y la rentabilidad en el Centro Comercial Asociación Ferial Siglo XX, Venta de Electrodomésticos Arequipa 2025</p>	<p>rentabilidad en el Centro Comercial Asociación Ferial Siglo XX, Venta de Electrodomésticos Arequipa 2025</p> <p>H.E.3</p> <p>Existe relación significativa entre el costo de venta y la rentabilidad en el Centro Comercial Asociación Ferial Siglo XX, Venta de Electrodomésticos Arequipa 2025</p>	<p>Dimensiones:</p> <ul style="list-style-type: none"> - D.1: Rentabilidad Económica - D.2: Rentabilidad Financiera - D.3: Margen de Utilidad 	<p>Muestra: 60 personas (Gerentes, Contadores y Auxiliares contables)</p> <p>Técnica e instrumentos:</p> <p>Técnica: Encuesta</p> <p>Instrumentos: Cuestionario</p> <p>Métodos de análisis de datos</p> <p>Descriptiva e inferencial</p>
--	--	--	---	---

Anexo 2: Instrumentos de recolección de datos

CUESTIONARIO

GESTIÓN DE COSTOS

INTRODUCCIÓN

Este cuestionario busca medir la percepción del personal administrativo, gerencial y contable sobre la gestión de costos de la empresa. Por favor, responda marcando con una "X" según su nivel de acuerdo con cada afirmación, considerando la siguiente escala:

NO	A VECES	SI
1	2	3

Costo de Adquisición		VALORACIÓN		
		1	2	3
1	¿La empresa evalúa la calificación de calidad de sus proveedores?			
2	¿El medio de transporte que utiliza la empresa presentó inconvenientes?			
3	¿Se compra mercadería a los mismos proveedores?			
4	¿Se firman convenios con los proveedores?			
5	¿Considera que el precio del flete es el adecuado?			
Costo de Inventario		VALORACIÓN		
		1	2	3
6	¿Se realiza un adecuado almacenamiento y organización de los productos?			
7	¿La empresa utiliza el método de la valuación de inventario?			
8	¿En la empresa existe una alta rotación de productos?			
9	¿La empresa da importancia a la rotación de productos?			
10	¿Se realiza inventario final al cierre de ejercicio?			
11	¿En el inventario final participa personal del área contable?			
Costo de Venta		VALORACIÓN		
		1	2	3
12	¿La empresa contabiliza correctamente los precios de venta?			
13	¿La empresa revisa y analiza las cuentas por cobrar?			
14	¿La empresa controla los gastos directos e indirectos?			
15	¿Los gastos que realiza el área administrativa son controlados?			
16	¿La empresa controla todos los gastos ocasionados por las ventas?			
17	¿La empresa solicita créditos bancarios?			
18	¿Cree que la empresa está atenta a las ofertas de la competencia?			
19	¿Considera que la empresa analiza las ventas mensuales?			
20	¿Considera que los productos que se vende son rentables y competitivos?			

CUESTIONARIO

RENTABILIDAD

INTRODUCCIÓN

Este cuestionario busca medir la percepción del personal administrativo, gerencial y contable sobre la rentabilidad de la empresa. Por favor, responda marcando con una "X" según su nivel de acuerdo con cada afirmación, considerando la siguiente escala:

NO	A VECES	SI
1	2	3

Rentabilidad Económica		VALORACIÓN		
		1	2	3
21	¿La empresa recibe reportes sobre la rentabilidad económica trimestral?			
22	¿Considera que la rentabilidad económica es un factor importante para el crecimiento de la empresa?			
23	¿Los accionistas se involucran en las estrategias de crecimiento económico?			
24	¿Se evalúa la naturaleza de las ganancias provenientes de las ventas que posee la empresa?			
25	¿Considera si la empresa tiene una alta demanda en ventas?			
Rentabilidad Financiera		VALORACIÓN		
		1	2	3
26	¿Se evalúa la rentabilidad financiera al término de cada periodo?			
27	¿Los productos adquiridos son al crédito?			
28	¿La empresa analiza el tipo de préstamos de las entidades financieras?			
29	¿La estabilidad financiera de la empresa, en algún momento se vio afectada por la pérdida de créditos?			
30	¿Los socios reciben utilidades por parte de la empresa?			
Margen de Utilidad		VALORACIÓN		
		1	2	3
31	¿Los precios de los productos varían por temporada?			
32	¿Aprovechan las temporadas altas para recuperarse las ventas bajas?			
33	¿Controlan los gastos para mejorar los precios al público?			
34	¿La empresa genera utilidad todos los años?			
35	¿La empresa capacita al personal de ventas?			

Anexo 3: Ficha de validación de instrumentos de medición



INFORME DE VALIDACION DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACION

I. DATOS GENERALES

Título de la Investigación: Gestion de costos y la rentabilidad en el centro comercial asociación ferial siglo XX, venta de electrodomesticos, Arequipa 2025

Nombre del Experto: MG Elisban Martin Magallanes Yataco

II. VALIDAR EN EL INSTRUMENTO

Aspectos Para Evaluar	Descripción:	Evaluación Cumple/ No cumple	Preguntas por corregir
1. Claridad	Las preguntas están elaboradas usando un lenguaje apropiado	CUMPLE	
2. Objetividad	Las preguntas están expresadas en aspectos observables	CUMPLE	
3. Conveniencia	Las preguntas están adecuadas al tema a ser investigado	CUMPLE	
4. Organización	Existe una organización lógica y sintáctica en el cuestionario	CUMPLE	
5. Suficiencia	El cuestionario comprende todos los indicadores en cantidad y calidad	CUMPLE	
6. Intencionalidad	El cuestionario es adecuado para medir los indicadores de la investigación	CUMPLE	
7. Consistencia	Las preguntas están basadas en aspectos teóricos del tema investigado	CUMPLE	
8. Coherencia	Existe relación entre las preguntas e indicadores	CUMPLE	
9. Estructura	La estructura del cuestionario responde a las preguntas de la investigación	CUMPLE	
10. Pertinencia	El cuestionario es útil y oportuno para la investigación	CUMPLE	

III. **OBSERVACIONES GENERALES**



Apellidos y Nombres del validador: Elisban Martin Magallanes Yataco
Grado académico: Maestro en investigación y docencia universitaria
N°. DNI: 21812770

Adjuntar al formato:

- *Matriz de consistencia de la investigación (Cuantitativo) ó matriz de categorización apriorística (cualitativo)
- *Matriz de Operacionalización de variables (Cuantitativo) ó matriz de categorías y subcategorías (Cualitativo)
- *Instrumento(s) de recolección de datos



INFORME DE VALIDACION DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACION

I. DATOS GENERALES

Título de la Investigación: Gestion de costos y la rentabilidad en el centro comercial asociación ferial siglo XX, venta de electrodomesticos, Arequipa 2025


Nombre del Experto: Dr. Espino Baldiño Miguel Angel

II. VALIDAR EN EL INSTRUMENTO

Aspectos Para Evaluar	Descripción:	Evaluación Cumple/ No cumple	Preguntas por corregir
1. Claridad	Las preguntas están elaboradas usando un lenguaje apropiado	CUMPLE	
2. Objetividad	Las preguntas están expresadas en aspectos observables	CUMPLE	
3. Conveniencia	Las preguntas están adecuadas al tema a ser investigado	CUMPLE	
4. Organización	Existe una organización lógica y sintáctica en el cuestionario	CUMPLE	
5. Suficiencia	El cuestionario comprende todos los indicadores en cantidad y calidad	CUMPLE	
6. Intencionalidad	El cuestionario es adecuado para medir los indicadores de la investigación	CUMPLE	
7. Consistencia	Las preguntas están basadas en aspectos teóricos del tema investigado	CUMPLE	
8. Coherencia	Existe relación entre las preguntas e indicadores	CUMPLE	
9. Estructura	La estructura del cuestionario responde a las preguntas de la investigación	CUMPLE	
10. Pertinencia	El cuestionario es útil y oportuno para la investigación	CUMPLE	

III. OBSERVACIONES GENERALES

El instrumento tiene la suficiencia necesaria para su aplicación



Dr. MIGUEL ANGELO ESPINO BALDIÑO
LPCC N° 2418

Dr. Espino ~~Baldiño~~, Miguel ~~Angel~~
Grado académico: Doctor
DNI: 41999269



INFORME DE VALIDACION DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACION

I. DATOS GENERALES

Título de la Investigación: Gestion de costos y la rentabilidad en el centro comercial asociación ferial siglo XX, venta de electrodomesticos, Arequipa 2025

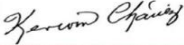
Nombre del Experto: Dr. Kerwin José Chávez Vera

II. VALIDAR EN EL INSTRUMENTO

Aspectos Para Evaluar	Descripción:	Evaluación Cumple/ No cumple	Preguntas por corregir
1. Claridad	Las preguntas están elaboradas usando un lenguaje apropiado	CUMPLE	
2. Objetividad	Las preguntas están expresadas en aspectos observables	CUMPLE	
3. Conveniencia	Las preguntas están adecuadas al tema a ser investigado	CUMPLE	
4. Organización	Existe una organización lógica y sintáctica en el cuestionario	CUMPLE	
5. Suficiencia	El cuestionario comprende todos los indicadores en cantidad y calidad	CUMPLE	
6. Intencionalidad	El cuestionario es adecuado para medir los indicadores de la investigación	CUMPLE	
7. Consistencia	Las preguntas están basadas en aspectos teóricos del tema investigado	CUMPLE	
8. Coherencia	Existe relación entre las preguntas e indicadores	CUMPLE	
9. Estructura	La estructura del cuestionario responde a las preguntas de la investigación	CUMPLE	
10. Pertinencia	El cuestionario es útil y oportuno para la investigación	CUMPLE	

III. OBSERVACIONES GENERALES

El instrumento tiene la suficiencia necesaria para su aplicación



Dr. Kerwin José Chávez Vera
C.E. 003058624
Docente Investigador®

Apellidos y Nombres del validador: Dr. Kerwin José Chavez Vera.
Grado académico: Doctor
N°. CE: 003058624

Anexo 4: Base de datos

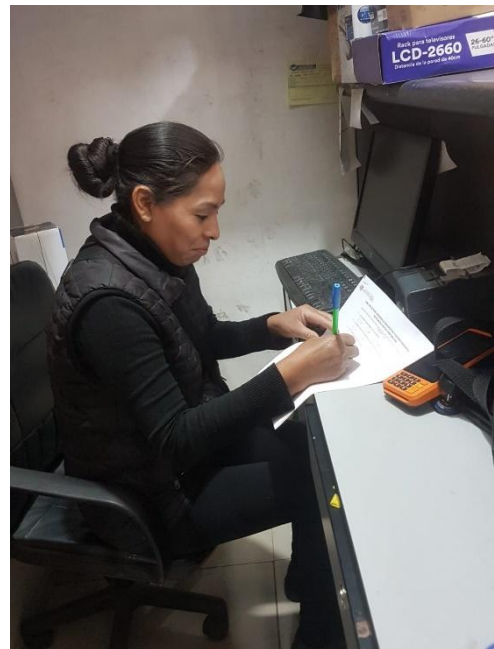
	G · C · 1	G · C · 2	G · C · 3	G · C · 4	G · C · 5	G · C · 6	G · C · 7	G · C · 8	G · C · 9	G .C .1 0	G .C .1 1	G .C .1 2	G .C .1 3	G .C .1 4	G .C .1 5	G .C .1 6	G .C .1 7	G .C .1 8	G .C .1 9	G .C .2 0	R · 1	R · 2	R · 3	R · 4	R · 5	R · 6	R · 7	R · 8	R · 9	R · 10	R · 11	R · 12	R · 13	R · 14	R · 15	
E. 1	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	2	3	2	1	1	3	3	2	3	3	3	2	3	1	2	2	3	
E. 2	3	2	3	3	2	2	2	3	3	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3
E. 3	3	1	3	3	1	2	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1	3	2	3	1	1	1	1	3	1	3	3	3	2	3	1	1	1	3	
E. 4	3	3	3	2	2	2	2	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	1	1	3	3	3	3	3	3	2	3	1	1	3	2	
E. 5	3	3	3	2	2	2	2	3	3	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	
E. 6	3	1	3	1	1	1	2	1	1	2	2	1	2	1	1	1	1	3	2	3	1	1	1	1	3	1	1	1	3	2	3	1	3	1	2	
E. 7	3	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	1	2	3	3	3	3	3	2	3	1	1	1	3	3	1	3	3	3	2	3	1	2	3	3	
E. 8	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	
E. 9	3	1	2	1	1	1	2	1	1	2	2	1	2	1	2	2	2	3	2	3	3	1	1	1	3	3	1	1	3	2	3	1	1	3	3	
E. 10	3	3	2	2	2	3	2	3	3	2	2	1	2	3	3	3	3	3	2	3	1	1	1	3	2	1	3	3	3	2	3	1	2	3	2	
E. 11	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2
E. 12	3	2	2	1	1	2	2	1	1	2	2	1	2	2	2	2	2	3	2	3	3	1	1	1	1	3	1	1	3	2	3	1	1	3	2	
E. 13	3	3	3	2	3	3	2	2	2	2	2	3	2	3	3	3	3	3	2	3	2	3	1	1	2	2	3	3	3	2	3	3	2	2	3	
E. 14	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	
E. 15	3	3	3	2	1	2	2	2	2	2	2	1	2	1	1	1	1	3	2	3	3	1	1	3	1	3	1	1	3	2	3	1	1	3	3	

E. 1 6	3	3	2	2	3	2	2	3	3	2	2	3	2	1	3	3	3	3	2	3	2	3	1	3	3	2	3	3	1	1	2						
E. 1 7	3	2	2	2	2	2	2	1	1	2	2	1	2	3	2	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2				
E. 1 8	3	2	2	1	1	1	2	1	1	2	2	1	2	1	1	1	1	3	2	3	3	1	1	1	1	3	1	1	3	2	3	1	1	1	2		
E. 1 9	3	3	2	2	2	2	2	3	3	2	2	3	2	1	3	3	3	3	2	3	3	1	1	3	2	3	3	3	3	2	3	1	2	3	3		
E. 2 0	3	3	2	2	3	2	2	3	3	2	2	1	2	2	2	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3		
E. 2 1	3	3	2	2	1	1	2	1	1	2	2	1	2	1	1	1	1	3	2	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	2	3	1	1	3	3
E. 2 2	3	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	1	2	1	1	1	1	3	2	3	3	1	1	3	3	3	3	3	3	3	2	3	1	2	3	3	
E. 2 3	3	2	2	2	3	3	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	
E. 2 4	3	2	2	1	1	3	2	1	1	2	2	1	2	1	1	1	1	3	2	3	3	1	1	1	3	3	1	1	3	2	3	1	1	1	1	3	
E. 2 5	3	1	3	2	1	3	2	3	3	2	2	1	2	3	1	1	1	3	2	3	1	1	1	3	1	1	3	3	2	3	1	1	3	2	2		
E. 2 6	3	3	3	2	3	3	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	
E. 2 7	3	3	1	1	1	1	2	1	1	2	2	1	2	1	2	2	2	3	2	3	3	1	1	1	1	3	1	1	3	2	3	1	3	3	2		
E. 2 8	3	3	3	2	1	3	2	3	3	2	2	3	2	3	1	1	1	3	2	3	2	1	1	3	1	2	3	3	3	2	3	1	2	1	2		
E. 2 9	3	3	3	2	3	3	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2		
E. 3 0	3	3	1	2	1	3	2	1	1	2	2	1	2	1	1	1	1	3	2	3	3	1	1	1	1	3	1	1	3	2	3	1	1	3	2		

E. 3 1	3	3	2	2	2	3	2	3	3	2	2	1	2	3	3	3	3	3	2	3	1	1	1	3	2	1	3	3	3	2	3	1	2	3	2
E. 3 2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2
E. 3 3	3	2	2	1	1	2	2	1	1	2	2	1	2	2	2	2	2	3	2	3	3	1	1	1	1	3	1	1	3	2	3	1	1	3	2
E. 3 4	3	3	3	2	3	3	2	2	2	2	2	3	2	3	3	3	3	3	2	3	2	3	1	1	2	2	3	3	3	2	3	3	2	2	3
E. 3 5	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3
E. 3 6	3	3	3	2	1	2	2	2	2	2	2	1	2	1	1	1	1	3	2	3	3	1	1	3	1	3	1	1	3	2	3	1	1	3	3
E. 3 7	3	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	1	2	1	1	1	1	3	2	3	3	1	1	3	3	3	3	3	3	2	3	1	2	3	3
E. 3 8	3	2	2	2	3	3	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3
E. 3 9	3	2	2	1	1	3	2	1	1	2	2	1	2	1	1	1	1	3	2	3	3	1	1	1	3	3	1	1	3	2	3	1	1	1	3
E. 4 0	3	3	2	2	3	2	2	3	3	2	2	3	2	1	3	3	3	3	2	3	2	3	1	3	3	2	3	3	2	3	3	1	1	2	
E. 4 1	3	2	2	2	2	2	2	1	1	2	2	1	2	3	2	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2
E. 4 2	3	2	2	1	1	1	2	1	1	2	2	1	2	1	1	1	1	3	2	3	3	1	1	1	1	3	1	1	3	2	3	1	1	1	2
E. 4 3	3	1	3	2	1	3	2	3	3	2	2	1	2	3	1	1	1	3	2	3	1	1	1	3	1	1	3	3	2	3	1	1	3	2	
E. 4 4	3	3	3	2	3	3	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	
E. 4 5	3	3	1	1	1	1	2	1	1	2	2	1	2	1	2	2	2	3	2	3	3	1	1	1	1	3	1	1	3	2	3	1	3	3	2

E. 4 6	3	3	3	2	1	3	2	3	3	2	2	3	2	3	1	1	1	3	2	3	2	1	1	3	1	2	3	3	3	2	3	1	2	1	2	
E. 4 7	3	3	3	2	3	3	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2
E. 4 8	3	3	1	2	1	3	2	1	1	2	2	1	2	1	1	1	1	3	2	3	3	1	1	1	1	3	1	1	3	2	3	1	1	3	2	
E. 4 9	3	3	3	2	2	2	2	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	1	1	3	3	3	3	3	3	3	2	3	1	1	3	2
E. 5 0	3	3	3	2	2	2	2	3	3	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2
E. 5 1	3	1	3	1	1	1	2	1	1	2	2	1	2	1	1	1	1	3	2	3	1	1	1	1	3	1	1	1	3	2	3	1	3	1	2	
E. 5 2	3	3	2	2	2	2	2	3	3	2	2	3	2	1	3	3	3	3	2	3	3	1	1	3	2	3	3	3	3	2	3	1	2	3	3	
E. 5 3	3	3	2	2	3	2	2	3	3	2	2	1	2	2	2	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3
E. 5 4	3	3	2	2	1	1	2	1	1	2	2	1	2	1	1	1	1	3	2	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	2	3	1	1	3	3
E. 5 5	3	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	1	2	3	3	3	3	3	2	3	1	1	1	3	3	1	3	3	3	2	3	1	2	3	3	
E. 5 6	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3
E. 5 7	3	1	2	1	1	1	2	1	1	2	2	1	2	1	2	2	2	3	2	3	3	1	1	1	3	3	1	1	3	2	3	1	1	3	3	
E. 5 8	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	2	3	2	1	1	3	3	2	3	3	3	2	3	1	2	2	3	
E. 5 9	3	2	3	3	2	2	2	3	3	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	
E. 6 0	3	1	3	3	1	2	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1	3	2	3	1	1	1	1	3	1	3	3	3	2	3	1	1	1	3	

Anexo 5: Evidencia fotográfica





Anexo 6: Informe de turnitin al 28% de similitud



1758031774_Ccoto_Alvarez_Tesis_Turnitin.docx

📅 2025

📅 2025

🎓 Universidad Autónoma de Ica

Detalles del documento

Identificador de la entrega

trnoid::3117:499855891

Fecha de entrega

17 sep 2025, 8:29 a.m. GMT-5

Fecha de descarga

17 sep 2025, 8:42 a.m. GMT-5

Nombre del archivo

1758031774_Ccoto_Alvarez_Tesis_Turnitin.docx

Tamaño del archivo

2.0 MB

104 páginas

19.485 palabras

98.616 caracteres




23% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...

Filtrado desde el informe

- Bibliografía
- Coincidencias menores (menos de 15 palabras)

Fuentes principales

- 18%  Fuentes de Internet
- 4%  Publicaciones
- 15%  Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de integridad

N.º de alertas de integridad para revisión

No se han detectado manipulaciones de texto sospechosas.

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento con profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguir de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.

Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y la revise.

Fuentes principales

- 18% Fuentes de Internet
- 4% Publicaciones
- 15% Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Fuentes principales

Las fuentes con el mayor número de coincidencias dentro de la entrega. Las fuentes superpuestas no se mostrarán.

1	Internet	repositorio.autonoma.deica.edu.pe	3%
2	Internet	repositorio.ucv.edu.pe	2%
3	Internet	hdl.handle.net	1%
4	Internet	repositorio.uladech.edu.pe	<1%
5	Internet	repositorio.upci.edu.pe	<1%
6	Publicación	Saldarriaga, Jorge Dino Enrique López. "Relación Entre La implementación Del Le..."	<1%
7	Internet	repositorio.unac.edu.pe	<1%
8	Trabajos entregados	Universidad Cesar Vallejo on 2016-07-11	<1%
9	Internet	www.sweetpoison.revistaespacios.com	<1%
10	Internet	economicsocialresearch.com	<1%
11	Internet	repositorio.upt.edu.pe	<1%

12	Trabajos entregados	Universidad TecMilenio on 2024-02-13	<1%
13	Internet	repositorio.upla.edu.pe	<1%
14	Trabajos entregados	Universidad Nacional del Centro del Peru on 2025-05-15	<1%
15	Internet	alicia.concytec.gob.pe	<1%
16	Trabajos entregados	Universidad Hispanoamericana on 2024-08-24	<1%
17	Internet	renati.sunedu.gob.pe	<1%
18	Publicación	Rosana Melean Romero, Fernando Torres. "Gestión de costos en las cadenas prod..."	<1%
19	Trabajos entregados	Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil on 2020-09-28	<1%
20	Trabajos entregados	uncedu on 2024-07-21	<1%
21	Trabajos entregados	Universidad Tecnica De Ambato- Direccion de Investigacion y Desarrollo , DIDE o...	<1%
22	Internet	repositorioacademico.upc.edu.pe	<1%
23	Publicación	Guevara Pompa, Milton Cesar. "Gestión de calidad y rentabilidad de las mypes de..."	<1%
24	Internet	repositorio.upn.edu.pe	<1%
25	Internet	www.repositorio.autonomaica.edu.pe	<1%

26	Trabajos entregados	Universidad Cesar Vallejo on 2019-08-07	<1%
27	Trabajos entregados	Universidad Peruana de Las Americas on 2018-09-25	<1%
28	Internet	repositorio.ucsm.edu.pe	<1%
29	Trabajos entregados	Universidad Católica de Santa María on 2022-05-11	<1%
30	Trabajos entregados	Universidad Maria Auxiliadora SAC on 2024-05-07	<1%
31	Trabajos entregados	Universidad TecMilenio on 2024-01-29	<1%
32	Trabajos entregados	Universidad TecMilenio on 2024-02-10	<1%
33	Trabajos entregados	Universidad Cesar Vallejo on 2022-11-25	<1%
34	Trabajos entregados	Universidad Privada del Norte on 2023-07-15	<1%
35	Trabajos entregados	Universidad Autónoma de Ica on 2023-09-18	<1%
36	Trabajos entregados	Universidad Peruana Los Andes on 2023-01-31	<1%
37	Trabajos entregados	Universidad Nacional del Centro del Peru on 2022-11-28	<1%
38	Trabajos entregados	uazuay on 2023-11-29	<1%
39	Internet	core.ac.uk	<1%

40	Trabajos entregados	Universidad Cesar Vallejo on 2023-07-19	<1%
41	Trabajos entregados	unapiquitos on 2023-04-19	<1%
42	Trabajos entregados	Universidad Popular del César,UPC on 2021-08-30	<1%
43	Internet	documentop.com	<1%
44	Internet	repositorio.espe.edu.ec	<1%
45	Trabajos entregados	unasam on 2024-11-22	<1%
46	Internet	repositorio.ucsg.edu.ec	<1%
47	Internet	repositorio.ulasamericas.edu.pe	<1%
48	Trabajos entregados	uncedu on 2025-02-05	<1%
49	Trabajos entregados	Universidad Cesar Vallejo on 2016-09-21	<1%
50	Internet	repositorio.pucp.edu.pe	<1%
51	Trabajos entregados	uncedu on 2025-08-08	<1%
52	Internet	www.salesforce.com	<1%
53	Publicación	Romero Rivera, Betzabe Janeth Cabanillas Verastegui, Jari Onil Munoz Carlos, Jos...	<1%

54	Internet	repositorio.utelesup.edu.pe	<1%
55	Trabajos entregados	uncedu on 2025-02-03	<1%
56	Internet	www.coursehero.com	<1%
57	Internet	www.repositorio.uaustral.edu.pe	<1%
58	Internet	www.researchgate.net	<1%
59	Trabajos entregados	Colegio Bolivar on 2024-05-23	<1%
60	Trabajos entregados	Universidad Cesar Vallejo on 2022-12-28	<1%
61	Trabajos entregados	Universidad Nacional Santiago Antunez de Mayolo on 2023-05-19	<1%
62	Trabajos entregados	Universidad Tecnológica del Peru on 2022-12-10	<1%
63	Internet	riujap.ujap.edu.ve	<1%
64	Trabajos entregados	Universidad Cesar Vallejo on 2016-05-21	<1%
65	Trabajos entregados	Universidad Cesar Vallejo on 2017-07-06	<1%
66	Trabajos entregados	Universidad Cesar Vallejo on 2022-06-10	<1%