

UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES

Facultad de ciencias Administrativas y Contables

Escuela Profesional de Contabilidad y Finanzas



TESIS

**COSTO DE VENTAS Y RENTABILIDAD EN LA EMPRESA
AUTOMOTRIZ CENTRAL DEL PERÚ S.A.C., AYACUCHO 2021**

Para Optar : El Título Profesional de Contador Público

Autores : Bach. Mercado Cuadros Yeny Rosalinda

Bach. Flores Miranda Janet Benjamina

Asesor : Mg. Cosme Dennis Ramos Aylas

Línea de Investigación

Institucional : Ciencias Empresariales y Gestión de los Recursos

Fecha de Inicio y Culminación : 05.03.2022 – 04.03.2023

Huancayo – Perú

2022

Hoja de aprobacion de jurados**UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES**

Facultad de Ciencias Administrativas y Contables

TESISCosto de ventas y rentabilidad en la empresa Automotriz Central del Perú S.A.C., Ayacucho
2021**PRESENTADO POR:**

Bach. Mercado Cuadros Yeny Rosalinda

Bach. Flores Miranda Janet Benjamina

PARA OPTAR EL TITULO DE:

CONTADOR PÚBLICO

ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD Y FINANZAS

APROBADO POR LOS SIGUIENTES JURADOS:

PRESIDENTE : **MTRO. ZORRILLA SOVERO LORENZO PABLO****PRIMER MIEMBRO** : **MTRA. PARIONA AMAYA DIANA****SEGUNDO MIEMBRO** : **MTRO DOLORIERAGUIRRE CARMEN ROSA****Secretario docente** : **MAESTRO RAUL GABRIEL ALIAGA FUENTES**

Huancayo,....de.....del 2022

Asesor

Cosme Dennis Ramos Aylas

.

DEDICATORIA

A mis padres quienes me guiaron por un buen camino y me enseñaron a perseverar y seguir adelante.

Las Autoras

AGRADECIMIENTO

A la Universidad Peruana los Andes.

A nuestro Asesor por guiarnos en la elaboración de la presente investigación.

Y a la empresa Automotriz Central del Perú S.A.C. por su valioso aporte a nuestra investigación.

Yeny y Janeth

CONSTANCIA DE SIMILITUD

N ° 0106 - FCAC -2023

La Oficina de Propiedad Intelectual y Publicaciones, hace constar mediante la presente, que la **Testis**, Titulada:

COSTO DE VENTAS Y RENTABILIDAD EN LA EMPRESA AUTOMOTRIZ CENTRAL DEL PERÚ S.A.C., AYACUCHO 2021

Con la siguiente información:

Con Autor(es) : **BACH. FLORES MIRANDA JANET BENJAMINA
BACH. MERCADO CUADROS YENY ROSALINDA**

Facultad : **CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES**

Escuela Académica : **CONTABILIDAD Y FINANZAS**

Asesor(a) : **Mg. RAMOS AYLAS COSME DENNIS**

Fue analizado con fecha **11/11/2023**; con **91 págs.**; en el software de prevención de plagio (Turnitin); y con la siguiente configuración:

Excluye Bibliografía.

Excluye citas.

Excluye Cadenas hasta 20 palabras.

Otro criterio (especificar)

X
X

El documento presenta un porcentaje de similitud de **28** %.

En tal sentido, de acuerdo a los criterios de porcentajes establecidos en el artículo N°11 del Reglamento de uso de Software de Prevención de Plagio. Se declara, que el trabajo de investigación: ***Sí contiene un porcentaje aceptable de similitud.***

Observaciones:

En señal de conformidad y verificación se firma y sella la presente constancia.

Huancayo, 13 Noviembre de 2023.



MTRA. LIZET DORIELA MANTARI MINCAMI
JEFA

Oficina de Propiedad Intelectual y Publicaciones

Introduccion

El presente estudio ha planteado el problema general con la siguiente interrogación ¿Cuál es la relación entre costo de ventas y rentabilidad en la empresa Automotriz Central del Perú S.A.C, ¿Ayacucho 2021?, después del cual se ha suscrito.

El objetivo general con la siguiente proposición es ” Determinar cómo se relaciona el costo de ventas y rentabilidad en la empresa Automotriz Central del Perú S.A.C., Ayacucho 2021.

De esta manera el presente estudio se ha guiado del método científico como método general; método cuantitativo como método específico de la investigación aplicada, como tipo de investigación del diseño no experimental transversal descriptiva y correlacional, como nivel de investigación., el tipo de investigación para la recolección de datos se utilizará el cuestionario, ya que nos orientará para visualizar el problema real y así dar solución a dichos problemas.

Palabras Claves: Costo de ventas, fiscalización.

La presente investigación está estructurada de la siguiente manera:

CAPITULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Este es el ámbito más importante porque se plantean los hechos problemáticos y se delimitan sus límites, tanto los generales como los específicos, y la justificación, el propósito general.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO.

Esta dado a conocer los antecedentes previos de investigación, se organizarán los fundamentos teóricos y se definirá el marco conceptual.

CAPÍTULO III: HIPÓTESIS

Se desarrollara el planteamiento de la hipotesis general de la investigacion y las hipotesis especificas, se realizara la operacionalizacion de las variables.

CAPÍTULO IV: METODOLOGÍA.

Se hace mención la ética de los métodos científicos utilizados, el tipo, el alcance y el diseño de la investigación, las poblaciones, las muestras, las técnicas y herramientas de recopilación de datos, las técnicas de procesamiento y análisis de datos y otros aspectos de la investigación.

CAPÍTULO V: RESULTADO

Describe los resultados y la contratación de hipótesis.

Finalmente, el análisis y discusión de resultado, conclusiones, recomendaciones, referencias bibliográficas y anexos.

Contenido

Portada	i
Hoja de aprobacion de jurados.....	ii
Asesor	iii
Dedicatoria.....	iv
Agradecimiento.....	v
Presentación	¡Error! Marcador no definido.
Contenido.....	ix
Contenido de Tablas	xii
Contenido de figuras.....	xiii
Resumen.....	xiv
Abstract.....	xv
Introducción	¡Error! Marcador no definido.
 CAPITULO I PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA;Error! Marcador no	
definido.	
1.1 Descripción de la Realidad Problemática.....	16
1.2 Delimitación del Problema	21
1.3 Formulación del Problema.....	22
1.3.1 Problema General.....	22
1.3.2 Problemas Específicos.....	22
1.4.1 Social.....	22

1.4.2	Teórica.....	23
1.4.3	Metodológica.....	23
1.5	Objetivos.....	23
1.5.1	Objetivo General	23
1.5.2	Objetivos Específicos	23
CAPITULO II MARCO TEÓRICO.....		25
2.1	Antecedentes del Estudio.....	25
2.2	Bases Teóricas ò Científicas	31
2.3	Marco Conceptual.....	40
CAPITULO III HIPÓTESIS		43
3.1.	Hipótesis General.....	43
3.2	Hipótesis Especifica	43
3.3	Variables	43
CAPITULO IV METODOLOGÍA		46
4.1	Método de Investigación	46
4.2	Tipo de Investigación	47
4.3	Nivel de Investigación.....	47
4.4	Diseño de la Investigación.....	47
4.5	Población y Muestra	48
4.6	Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos.....	49

4.7	Técnicas de Procesamiento y Análisis de Datos	49
4.8	Aspectos Éticos de la Investigación	49
	CAPITULO V RESULTADOS	50
5.1	Descripción de resultados	50
5.2	Contraste de Hipótesis	57
	ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....	64
	CONCLUSIONES	68
	RECOMENDACIONES.....	69
	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	70
	ANEXOS	73
	Anexo 01: Matriz de Consistencia.....	74
	Anexo 02: Matriz de Operacionalización de Variables	75
	Anexo 03: Matriz de Operacionalización del Instrumento	77
	Anexo 04: El Instrumento de Investigación y constancia de su aplicación.....	80
	Anexo 05: Confiabilidad y validez del instrumento	82
	Anexo 06: La data de procesamiento de datos.....	86
	Anexo 07: Consentimiento informado.....	87
	Anexo 08: Fotos de la aplicación del instrumento.....	88

Contenido de Tablas

Tabla 01: <i>Representación porcentual de la variable 1: Costo de ventas</i>	50
Tabla 02: <i>Representación porcentual de la variable 1 dimensión 1: Componentes del costo de ventas</i> 51	
Tabla 03: <i>Representación porcentual de la variable 1 dimensión 2: Inventario</i>	52
Tabla 04: <i>Representación porcentual de la variable 1 dimensión 3: Valuación de inventario</i> ...	53
Tabla 05: <i>Representación porcentual de la variable 2: Rentabilidad</i>	54
Tabla 06: <i>Representación porcentual de la variable 2 dimensión 1: Margen de rentabilidad</i>	54
Tabla 07: <i>Representación porcentual de la variable 2 dimensión 2: Rentabilidad financiera</i>	55
Tabla 08: <i>Representación porcentual de la variable 2 dimensión 3: Rentabilidad económica</i> ...	56
Tabla 09: <i>Correlación de hipótesis general</i>	58
Tabla 10: <i>Hipótesis específica N ° 1</i>	59
Tabla 11: <i>Correlación hipótesis N ° 2</i>	60
Tabla 12: <i>Correlación hipótesis N° 3</i>	62

Contenido de figuras

Figura 01: <i>Rentabilidad de fabricantes de automóviles</i>	17
Figura 02: <i>Producción automotriz mayor al millón de unidades – 2016</i>	18
Figura N° 03: <i>Ranking de marcas de automotriz en el Perú</i>	20
Figura 04: <i>Representación porcentual de la variable 1: Costo de ventas</i>	50
Figura 05: <i>Representación porcentual de la variable 1 dimensión 1: Componentes del costo de ventas</i>	51
Figura 06: <i>Representación porcentual de la variable 1 dimensión 2: Inventario</i>	52
Figura 07: <i>Representación porcentual de la variable 1 dimensión 3: Valuación de inventario</i> ..	53
Figura 08: <i>Representación porcentual de la variable 2: Rentabilidad</i>	54
Figura 09: <i>Representación porcentual de la variable 2 dimensión 1: Margen de rentabilidad</i> ...	55
Figura 10: <i>Representación porcentual de la variable 2 dimensión 2: Rentabilidad financiera</i> ...	56
Figura 11: <i>Representación porcentual de la variable 2 dimensión 3: Rentabilidad económica</i> ..	57

Resumen

La presente investigación titulada “Costo de ventas y rentabilidad en la empresa Automotriz Central del Perú S.A.C., Ayacucho 2021”, plantea como problemática: ¿Cuál es la relación entre costo de ventas y rentabilidad en la empresa Automotriz Central del Perú S.A.C., Ayacucho 2021?, correspondientemente el objetivo de la investigación es Determinar la relación entre Costo de ventas y rentabilidad en la empresa Automotriz Central del Perú S.A.C., Ayacucho 2021. La metodología de la investigación que se maneja fue de tipo aplicada, de nivel correlacional, el instrumento de investigación fue el cuestionario, la población fue de 24 colaboradores. Se concluyó que el coeficiente de correlación Rho de Spearman es de 0,584, lo que indica una correlación positiva promedio según la medida de correlación. Por esta razón, se confirmó la hipótesis general. En Automotriz Central del Perú S.A.C., Ayacucho 2021 existe una relación directa y significativa entre los costos de venta y las utilidades. Se propone utilizar la tasa de retorno para verificar y analizar la rentabilidad del negocio y considerar si operar el negocio en el futuro o financiar a terceros.

Palabras clave: Costos de ventas, componentes del costo de ventas, inventario, valuación de inventario, rentabilidad, margen de rentabilidad, rentabilidad financiera y rentabilidad

Abstract

The present investigation entitled "Cost of sales and profitability in the company Automotriz Central del Perú S.A.C., Ayacucho 2021", poses as a problem: What is the relationship between cost of sales and profitability in the company Automotriz Central del Perú S.A.C., Ayacucho 2021? , correspondingly the objective of the research is to determine the relationship between Cost of sales and profitability in the company Automotriz Central del Perú S.A.C., Ayacucho 2021. The research methodology that was handled was of the applied type, of a correlational level, the research instrument was the questionnaire, the population was 24 collaborators. It was concluded that Spearman's Rho correlation coefficient is 0.584, which indicates an average positive correlation according to the correlation measure. For this reason, the general hypothesis was confirmed. At Automotriz Central del Perú S.A.C., Ayacucho 2021, there is a direct and significant relationship between sales costs and profits. It is proposed to use the rate of return to verify and analyze the profitability of the business and consider whether to operate the business in the future or finance third parties.

Keywords: Cost of sales, cost of sales components, inventory, inventory valuation, profitability, profit margin, financial profitability and profitability

CAPITULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Descripción de la Realidad Problemática

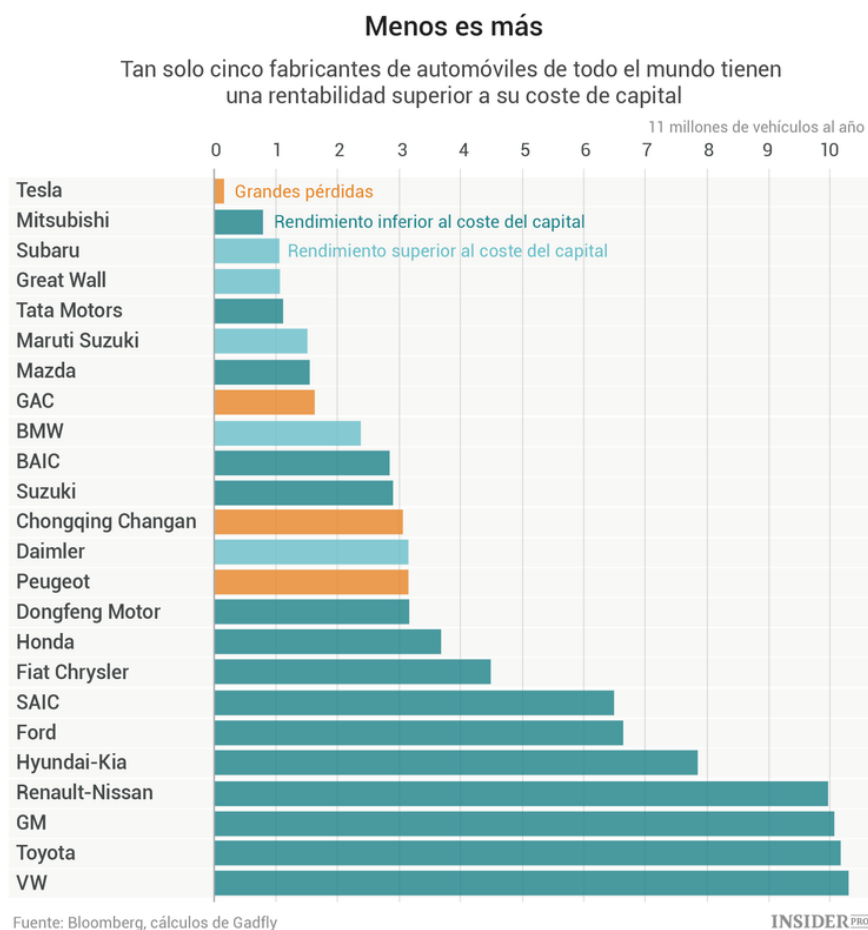
Actualmente, la crisis del covid-19 está impactando seriamente a la industria automotriz. Incluso antes de la pandemia, la industria enfrentaba grandes desafíos que impactaban severamente a la industria automotriz tradicional. Este informe se centra en el mercado global de China, Japón y Estados Unidos, así como en los cinco mercados más grandes de la Unión Europea, Alemania, Francia, Reino Unido, Italia y España (EU5), para el período hasta 2035 . China es actualmente el mercado de ventas más importante y su dominio solo aumentará a medida que los principales mercados de Europa se estanquen. Dependiendo de las circunstancias, la mejor perspectiva es que los fabricantes de automóviles estén en condiciones de dar forma a la demanda. Esto se debe a las tendencias tecnológicas cambiantes y las necesidades y demandas de los compradores. Según Schiller, el cambio a los canales de venta y posventa digitales será más importante a medio plazo.

Se estima que para 2035, el 20% de todas las matriculaciones de vehículos nuevos serán vehículos totalmente eléctricos, híbridos o de pila de combustible. Esta cifra oscila entre el 31% y el 35% durante el mismo período en Europa y Estados Unidos. Además, mientras que las ventas totales de automóviles en China aumentarán a corto plazo, lo contrario sucederá en el mercado Euro 5. “China impulsará el 83 % del crecimiento de las ventas en el futuro”, dijo Schiller.

A nivel internacional; la venta de automóviles es uno de los movimientos más competitivo y distinguido, debido a los costos de ventas de las unidades vehiculares,

asimismo por las distintas marcas y modelos que puedan existir y que van renovando en el mercado global, siendo las actividades más beneficioso.

Figura 01: Rentabilidad de fabricantes de automóviles

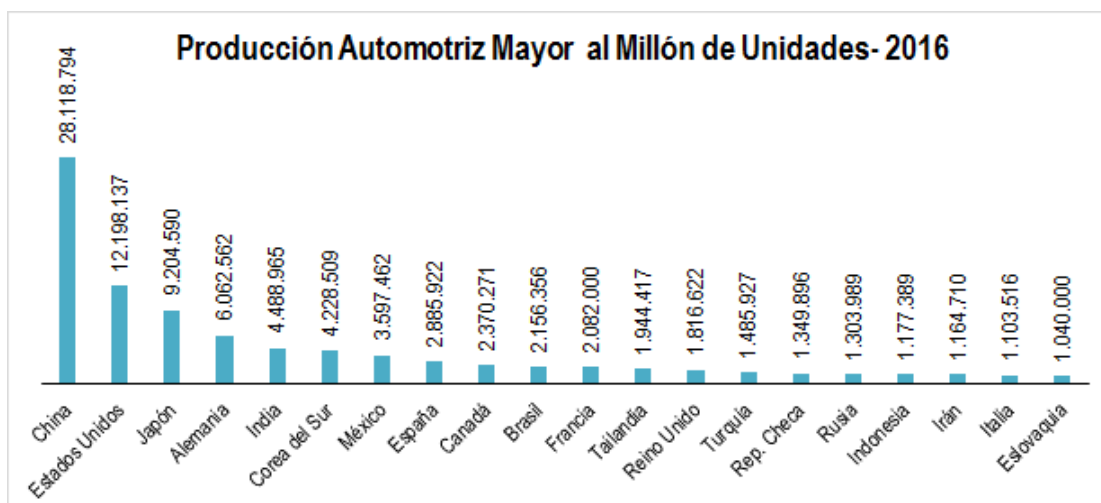


Fuente: Bloomberg, 2017

Las ventas de Hyundai-Kia en Estados Unidos cayeron un 18% en julio respecto al año anterior, mientras que las de GM cayeron un 15%, según datos mensuales publicados el martes. Toyota fue el único fabricante que mostró crecimiento. Nissan Motor Co (TSE: 7201) y Hyundai Motor Co culparon a las inversiones en Estados Unidos. Los resultados de EE. UU. fueron decepcionantes el último trimestre. Como escribe Gadfly Shelley Banjo, si Estados Unidos es

débil. Esto solo devuelve las ventas a los promedios a largo plazo y podría ser una desventaja significativa para los fabricantes de automóviles.

Figura 02: Producción automotriz mayor al millón de unidades – 2016



Fuente: Fierros industrial, 2016

Con base a esta cifra, los cinco primeros del mundo con China con 28.118.794 vehículos, seguido de EE. UU con 12.198.13 vehículos, Japón con 9.204.590 vehículos, Alemania con 6.06.562 vehículos en cuarto lugar y por último India con 4.488.965.

En China, existe el problema de las unidades automotrices industriales con altos costos unitarios. En este continente, la industria automotriz no está operando a plena capacidad ya que muchas fábricas necesitan importar grandes cantidades de bobinas, partes y componentes especializados para producir vehículos, lo que resulta en precios más altos. El país ha aumentado las ventas de automóviles y ha reducido los costos mediante la incorporación de más tecnología y más a los automóviles, pero la capacidad sigue siendo escasa debido a la falta de control de calidad y mano de obra de calidad. Como resultado, los costos de las materias primas bajan, pero el uso de repuestos y artículos de mala calidad

hace que dejen de ser la marca más reconocida, reduciendo las ventas, la mercadería y, al mismo tiempo, las ganancias.

De manera similar, la República Argentina también enfrenta el mismo problema que China, con más de 11 empresas produciendo desde una fábrica ubicada en Tailandia o Japón, por ejemplo. Concéntrese en un país que sea más pequeño y más barato que un país de origen o un mercado más grande, y promueva otras industrias donde esté ubicado. Por eso se producen coches más caros y menos avanzados tecnológicamente en comparación con los coches de los principales fabricantes. Por tanto, esta limitación no puede ser compensada por otros factores como la productividad y los costes laborales. Por tanto, el coste unitario de producción es uno de sus factores de competitividad.

Figura N° 03: Ranking de marcas de automotriz en el Perú

CENTRO MARKET SHARE Enero a Setiembre				MS CENTRO(MHDV+HDV)		MS CENTRO(MHDV)		MS CENTRO(HDV)	
PERU (MHDV+HDV)				REGION	CENTRO	REGION	CENTRO	REGION	CENTRO
Puesto	Marca	A Setiembre 2016	%	BRAND	%	BRAND	%	BRAND	%
1	VOLVO	1036	22.8%	VOLVO	43.8%	ISUZU	34.7%	VOLVO	62.8%
2	INTERNATIONAL	635	14.0%	ISUZU	10.9%	HINO	29.0%	INTERNATIONAL	7.4%
3	FREIGHTLINER	591	13.0%	HINO	9.4%	MERCEDES BENZ	19.4%	SINOTRUK	5.2%
4	MERCEDES BENZ	558	12.3%	MERCEDES BENZ	9.4%	DONGFENG	5.6%	KENWORTH	4.8%
5	SCANIA	276	6.1%	INTERNATIONAL	5.1%	VOLVO	2.4%	MERCEDES BENZ	4.8%
6	HINO	231	5.1%	SINOTRUK	3.6%	VOLKSWAGEN	2.4%	SCANIA	3.7%
7	MACK	209	4.6%	KENWORTH	3.3%	HYUNDAI	1.6%	DAF	2.2%
8	ISUZU	174	3.8%	SCANIA	2.5%	FOTON	1.6%	CAMC	1.9%
9	SINOTRUK	138	3.0%	DONGFENG	2.0%	IVECO	1.6%	MACK	1.9%
10	VOLKSWAGEN	127	2.8%	DAF	1.5%	FORLAND	1.6%	FREIGHTLINER	1.1%
11	KENWORTH	125	2.8%	MACK	1.3%	SCANIA	0.0%	SHACMAN	1.1%
12	DONGFENG	92	2.0%	CAMC	1.3%	BEIBEN	0.0%	FAW	0.7%
13	MITSUBISHI	70	1.5%	IVECO	1.0%	CNJ	0.0%	IVECO	0.7%
14	Others	283	6.2%	HYUNDAI	1.0%	SINOTRUK	0.0%	HYUNDAI	0.7%
	Total	4545	100.0%	VOLKSWAGEN	0.8%	T-KING	0.0%	HINO	0.4%
				FREIGHTLINER	0.8%	FREIGHTLINER	0.0%	DONGFENG	0.4%
				SHACMAN	0.8%	SHACMAN	0.0%	FOTON	0.0%
				FORLAND	0.5%	INTERNATIONAL	0.0%	BEIBEN	0.0%
				FAW	0.5%	DAF	0.0%	ISUZU	0.0%
				FOTON	0.5%	JAC	0.0%	FORLAND	0.0%
				BEIBEN	0.0%	CHEVROLET	0.0%	MITSUBISHI	0.0%
				MITSUBISHI	0.0%	KENWORTH	0.0%	CNJ	0.0%
				T-KING	0.0%	XCMG	0.0%	XCMG	0.0%
				JAC	0.0%	MACK	0.0%	T-KING	0.0%
				CHENGLONG	0.0%	CHENGLONG	0.0%	CHENGLONG	0.0%
				CHEVROLET	0.0%	MAN	0.0%	SITOM	0.0%
				HONGYAN	0.0%	HONGYAN	0.0%	HONGYAN	0.0%
				SITOM	0.0%	CAMC	0.0%	MAN	0.0%
				MAN	0.0%	FAW	0.0%	CHEVROLET	0.0%
				XCMG	0.0%	SITOM	0.0%	JAC	0.0%
				CNJ	0.0%	MITSUBISHI	0.0%	VOLKSWAGEN	0.0%
				Total general	100.0%	Total general	100.0%	Total general	100.0%

Fuente: Centro Market Share, 2020

A nivel nacional existe mucha competencia y su ritmo de crecimiento va aumentando año tras año. Si bien es cierto que los concesionarios autorizados de varias marcas venden autos, una de las actividades más rentables es la venta de unidades de varias marcas, lo que puede generar incertidumbre en términos de rentabilidad entre algunos concesionarios. La Figura 03 muestra que, de enero a septiembre de 2016, Volvo lideró en Perú con 22,8% de ventas.

Una de las actividades que impulsa la economía de Perú es la venta de autos, por lo que suelen venderse como de costumbre, pero el costo es importante y como resultado algunos concesionarios no son rentables o incluso rentables al final del período.

Ayacucho cuenta con muchas concesionarias que se especializan en la venta de automóviles y está creciendo en el sector automotriz. Hace años, estas agencias incluían en sus costos el costo del transporte del vehículo desde Lima a zonas distintas a la zona de compra. de determinadas unidades y artículos destinados a la venta. Automotriz Central del Perú S.A.C ha determinado que existen discrepancias en la forma en que se distribuyen los costos y deben ser tratados en consecuencia. Además, algunos argumentan que siempre están decididos a pagar el flete y que los proveedores ofrecen bonificaciones posteriores a la venta para ayudar a cubrir los costos del flete. Como resultado, sus unidades de venta no son más grandes que en Lima, sino que cada vehículo se vende al mismo precio. Sin embargo, todavía hay empresas que pagan una parte de los gastos de envío, por lo que hay que tener en cuenta el mayor coste de envío de las unidades y los diversos factores adicionales en la venta de las unidades. Las condiciones que tienen las diferentes franquicias en cuanto a las ventas son precios por marca, por año de fabricación y por modelo de uniforme a nivel nacional.

En la presente investigación se identificará, cómo el costo de ventas se relaciona con la rentabilidad en la empresa Automotriz Central del Perú S.A.C de Ayacucho

1.2 Delimitación del Problema

Delimitación Espacial

La presente investigación se realizó en Ayacucho, específicamente en la empresa Automotriz Central del Perú S.A.C.

Delimitación Temporal

La investigación tuvo una duración de tres trimestres entre el año 2021 - 2022, para poder utilizar el instrumento de investigación, procesar y analizar los datos recogidos.

Delimitación Conceptual o Temática

“La investigación se encuentra delimitada por sus variables entre costos de ventas y rentabilidad. La metodología de la investigación fue el método científico, del tipo aplicada, nivel correlacional descriptivo simple, técnico de investigación será análisis documental.”

1.3 Formulación del Problema

1.3.1 Problema General

¿Cuál es la relación entre costo de ventas y rentabilidad en la empresa Automotriz Central del Perú S.A.C., Ayacucho 2021?

1.3.2 Problemas Específicos

1. ¿Cuál es la relación entre costo de ventas y margen de rentabilidad en la empresa Automotriz Central del Perú S.A.C., Ayacucho 2021?
2. ¿Cuál es la relación entre costo de ventas y rentabilidad financiera en la empresa Automotriz Central del Perú S.A.C., Ayacucho 2021?
3. ¿Cuál es la relación entre costo de ventas y rentabilidad económica en la empresa Automotriz Central del Perú S.A.C., Ayacucho 2021?

1.4. Justificación

1.4.1 Social

La presente investigación se realizó con el fin de dar conocer la importancia y los beneficios de contar con un adecuado costo de ventas. El resultado es conveniente para el desarrollo de la investigación con el fin de desarrollar adecuadamente la rentabilidad de la empresa.

La investigación realizará un análisis de costo de ventas y rentabilidad en la empresa Automotriz Central del Perú S.A.C.

1.4.2 Teórica

La investigación busca reforzar conocimiento sobre el costo de ventas y rentabilidad en las automotrices. Habiendo los resultados de la investigación favorables y entendibles para el desarrollo de las empresas. Y por supuesto los resultados podrán ayudar a futuras investigaciones con respecto al tema.

1.4.3 Metodológica

Este estudio es del tipo correlación no empírica y es válido y cuenta con herramientas analíticas ya que puede validar este método de determinación de la relación entre costos de venta y utilidades.

Para el cumplimiento de objetivos investigativos, se presenciará al uso de metodologías y técnicas investigativas como las encuestas, lo que permitirá que futuras investigaciones puedan guiarse con el instrumento de investigación y la metodología planteada.

1.5 Objetivos

1.5.1 Objetivo General

Determinar la relación entre costo de ventas y rentabilidad en la empresa Automotriz Central del Perú S.A.C., Ayacucho 2021.

1.5.2 Objetivos Específicos

1. Determinar la relación entre costo de ventas y margen de rentabilidad en la empresa Automotriz Central del Perú S.A.C., Ayacucho 2021.

2. Determinar la relación entre costo de ventas y rentabilidad financiera en la empresa Automotriz Central del Perú S.A.C., Ayacucho 2021.
3. Determinar la relación entre costo de ventas y rentabilidad económica en la empresa Automotriz Central del Perú S.A.C., Ayacucho 2021.

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes del Estudio

Internacional

Según (Sanchez, 2018) con su tesis “Los costos y su incidencia en la rentabilidad de la empresa Wimportsat S.A” de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil - Ecuador. Su objetivo es diagnosticar la adherencia a procedimientos correctos en la asignación de costos y su impacto en las utilidades de la empresa Wimportsat S.A, con base en la teoría del análisis conceptual que permite la identificación de problemas. Por lo tanto, se pueden establecer cambios en la actividad económica que afectan los libros de contabilidad, y se pueden aplicar asignaciones de precios precisas que tengan en cuenta los costos y gastos operativos para permitir el aumento de las ventas y el aumento de las ganancias.

Según (Tomala, 2019) autora de la tesis” Análisis de los costos de venta y sus efectos en los estados financieros empresa kuriquímica S.A periodo 2016-2017”, Universidad de Ecuador, Guayaquil. su objetivo: Explicar cómo las asignaciones actuales de materias primas, mano de obra y costos de producción afectan el costo de los bienes vendidos. Para desarrollar la investigación se aplica un tipo de investigación inductivo-descriptivo-analítico y los métodos de investigación son: Cualitativo - campo. La población y muestra estuvo conformada por 7 colaboradores de una empresa denominada Kuriquímica S.A. y las principales conclusiones fueron: La cuenta de resultados se ve afectada por no seguir los procedimientos correctos que se deben aplicar en el proceso productivo. Las propuestas propuestas fueron procesables, claras y

mejoraron significativamente el desempeño de la empresa y están sujetas a cambios durante la implementación. El análisis que se hace en el estado de resultados es de mucha ayuda porque de esta manera se pueden tomar decisiones en el momento oportuno y las decisiones son adecuadas para la empresa.

Según (Ramirez, 2019) con su tesis “inventarios y su incidencia en el costo de venta de la empresa VJ FEBRE” de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil – Ecuador. VJ FEBRE es una Sociedad colectiva y de propiedad familiar dedicada a la fabricación y venta de réplicas, el diseño, fabricación y ejecución de obras de arte, su inventario principal son las materias primas para los servicios de fabricación. Este artículo se centra en tres servicios principales para analizar el impacto del inventario en el costo de los bienes vendidos. Porque este es el núcleo de nuestro negocio. Esto lleva a demostrar el impacto de esto no solo en el costo de los bienes vendidos, sino también en los estados financieros.

De acuerdo a lo indagado del gerente de inventario, estas personas no fueron administradas y registradas de acuerdo al proceso, afectando no solo el inventario sino también los estados financieros que presentan. muy objetivo en la toma de decisiones.

Según (Franco & Teran, 2019) autoras de la tesis “Costo de venta y su incidencia en el nivel de resultados de una ferretería”, indica que su objetivo es: Analizar cómo el costo de los bienes vendidos afecta el nivel de resultados. Los tipos de investigación son documentales, descriptivos y analíticos, y los métodos de investigación son cuantitativos. La población y muestra la conforma la empresa de ferretería de 12 trabajadores, y la conclusión principal se refiere: El monto de las adquisidoras

importadas estaba haciendo registradas contablemente por el valor FOB. Encontramos que el inventario en el fin del ejercicio se subestimó porque la factura de compra no se ingresó al final del ejercicio, sino que se registró el día hábil siguiente a su recepción. Entre los registrados al cierre del ejercicio.

Según (Ochoa & Palacion, 2018) y su tesis “Costo de venta basado en actividades y su efecto en la rentabilidad” de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil – Ecuador. El trabajo de investigación se presentan el proceso productivo de Merst S.A. Como referencia, intentaremos determinar la relación causal del costo y la estructura para que podamos lograr resultados antes de los problemas que no aplican el costeo ABC. Algunas empresas manejan los costos de manera tradicional, como la fijación de precios de los productos fabricados sin tener en cuenta las variaciones en las medidas y cantidades que significa la conversión de materia prima a los detalles de la unidad de producción. Por lo tanto, el análisis realizado en este estudio es beneficioso para la empresa ya que mejora los costos de producción. Es decir, a través del proceso de investigación, la investigación se aplica a Merst S.A. Identifique los gastos que generan el mayor aumento en su estado de resultados. Por otro lado, el incremento de los activos asociados al proceso productivo afecta al sistema de costeo tradicional por ser más fácil de manejar, por lo que también nos ocuparemos de esto. Por lo tanto, es importante establecer un sistema de contabilidad de costos dentro de Merst S.A. y adoptar el Costeo Basado en Actividades como un método de contabilidad de costos utilizando costos indirectos de producción. Esto significa que los gerentes conocen el costo real de cada producto producido, mejorando su productividad, lo que se refleja en sus métricas a través de resultados de ganancias y aumento de la competitividad.

Nacional

Según (Ortiz & Choquehuanca, 2021) “Costo de venta y la en las pequeñas empresas comerciales del rubro librerías del Cercado de Arequipa, 2020”, (pregrado) de la Universidad Cesar Vallejo

Su objeto es “disponer que la determinación del costo de los bienes vendidos impactará en la rentabilidad de los pequeños comercios de la zona de librerías de Arequipa en el 2020”, y no aplica el Built on None. Error de cálculo del precio unitario, registro erróneo del costo de cada artículo vendido por la empresa, provocando un error de cálculo del precio unitario y perjudicando la economía financiera de la empresa. El tipo de investigación desarrollada es básica, descriptiva y no correlacionada. El diseño del estudio utilizado fue no empírico y transversal. La población está constituida por 7 pymes ubicadas en el sector librería de Arequipa Fens, y la muestra la agrupan 41 trabajadores empleados en las empresas antes mencionadas. Los resultados de este estudio determinan la importancia de contar con un buen y apropiado sistema de costos para determinar el costo real de los productos básicos, incluidos los productos con tratamiento especial, como los productos importados. Concluimos que los costos de venta tienen un impacto directo en la rentabilidad de las PYMES del sector librería, ayudándolas así a tomar decisiones acertadas al momento de determinar los precios unitarios y de venta, y a producir mejores resultados, contribuyendo a las utilidades y a la prosperidad de la empresa.

Según (Bobadilla, 2010) “Costo de ventas y la rentabilidad de la empresa CORPORACIÓN NIGASA S.A.C año 2020” (pregrado) Universidad Cesar Vallejo – Tarapoto – San Martin

El presente estudio tiene como objetivo identificar la relación entre el costo de ventas y la utilidad de Corporación NIGASA SAC en el año 2020. Este tipo de investigación es rudimentaria a nivel descriptivo y no de diseño experimental. El experimento, población y muestra son 22 empleados de Nigasasak Co., Ltd., el método utilizado es la encuesta, y como herramientas se aplican dos cuestionarios. Los resultados son $p = 0,000 < 0,05$ y valores $Rho = 0,734, 0,695, 0,677$ en cada dimensión respectivamente, indicando la presencia de una correlación positiva significativa. Resumen: existe una fuerte relación entre los costos de venta y las ganancias en Nigasasak Co., Ltd. En 2020 $p = 0,000 < 0,05$ y se recogió un valor más ($Rho = 0,782$), indicando una relación muy estrecha. . Una correlación positiva entre dos variables.

Según (Goñaz & Zevallos, 2018) “Determinación de un sistema de costos por procesos para mejorar la rentabilidad en la empresa Panadería Oriental S.R.L, de la ciudad de Iquitos, 2016” (pregrado) Universidad Científica del Perú.

Su objetivo es definir un sistema de costeo por procesos y sus elementos para determinar su impacto en la rentabilidad y qué tan beneficioso es para administrar el negocio de una empresa. Este estudio es un método causal, descriptivo y basado en la observación para entrevistar a gerentes generales y gerentes de varias disciplinas. Obtuvimos los siguientes resultados: En un proceso continuo, homogéneo y masivo de producción, se buscó averiguar por qué la situación actual de costos no se corresponde con las características de la empresa y su proceso productivo. A continuación, se establecen los determinantes del sistema de costos por procesos. Finalmente, determinamos los costos de producción para Panadería Oriental S.R.L. Como conclusión se determinó que el sistema de costeo por procesos mejoraría la gestión de

la empresa y que la empresa no contaba con políticas o procedimientos establecidos que permitieran una gestión eficaz de sus recursos.

Según (Aparicio, 2018) “Costos de venta y rentabilidad de las empresas comercializadoras de vehículos automotores en el distrito de Wanchaq Cuzco - 2018” (pregrado) Universidad Cesar Vallejo

En este estudio, la investigación se centró en la necesidad de un mejor control de costos en las empresas automotrices. El distrito de Cusco tiene muchas concesionarias que se especializan en la venta de autos y está creciendo en el sector automotriz. Hace algunos años, en las tarifas para el traslado de vehículos desde Lima a cualquier zona se incluían agentes de varias marcas en la provincia, con excepción de algunos artículos para la compra y venta de unidades. Sin embargo, ahora el proveedor está emitiendo un bono por el vehículo al mismo precio, pero aún existen empresas que cubren parte del costo del transporte, te orientamos en el manejo y gastos adecuados para maximizar utilidades, maximizar utilidades y optimizar tu competitividad año tras año. El tipo de estudio es un diseño no experimental correlativo con una cohorte de trabajadores de 12 departamentos de venta de autos del distrito de Huanchac de la región Cusco. Utilice el muestreo probabilístico con los empleados que trabajan en los departamentos de contabilidad y administración. Se utilizaron métodos de investigación y herramientas de recolección de datos. La empresa respondió a la pregunta. El estudio llegó a la conclusión de que existe una fuerte relación entre la rentabilidad de los concesionarios de automóviles y el costo de venta.

Según (Vargas J. , 2016) “Implantación De Un Sistema De Costos Por Proceso Y Su Efecto En La Rentabilidad De La Empresa Alpaca Color S.A.” (pregrado) Universidad Autónoma del Perú

El problema de esta investigación es la falta de contabilidad de costos por la ausencia del sistema de contabilidad de costos por procesos, y se plantean los siguientes problemas. Proceso de rentabilidad de la empresa Alpaca Color SA El propósito de este trabajo de investigación fue determinar el impacto que tiene establecer un sistema de costeo por procesos en la rentabilidad de Alpaca Color SA. Este estudio se justifica porque busca dar una solución práctica al problema cuando se aplica el análisis de los sistemas de contabilidad de costos a las empresas. Además, este trabajo puede ser utilizado por otras empresas que tengan el mismo problema que el que estudiamos. La hipótesis considerada en este estudio es que el establecimiento de un sistema de costeo por procesos tiene un impacto positivo en la rentabilidad de la empresa. La población estuvo conformada por 27 trabajadores de la empresa, quienes pudieron sacar conclusiones al referirse a las variables estudiadas, preguntas similares y preguntas bien abordadas. También se concluye que establecer un sistema de costeo por procesos tiene un impacto positivo en la rentabilidad de la empresa.

2.2 Bases Teóricas ò Científicas

Costos de ventas

2.2.1.1. Conceptos

Según (Jimenez, 2015), define al costo como:

Todo Pago o abono de dinero por la compra de bienes o servicios. También menciona que los gastos económicos pueden

pertenecer a costos o gastos. Los gastos incluyen la cantidad de tierra generada en el proceso de producción, los salarios del grupo de fábricas, las materias primas involucradas en el proceso de producción y la cantidad de servicios de apoyo, como los costos de servicios públicos.

Según (Calderon, 2016) nos dice que:

El costo de los bienes vendidos es el precio de los bienes terminados y los bienes vendidos durante un período contable. Además, constituyen bienes terminados para el período estimado, y como una deducción relativa de los inventarios de bienes iniciales y terminados, esto se conoce como costo de ventas. El costo de los bienes vendidos conduce a la ganancia bruta en el estado de resultados.

Métodos de fijación del costo de la existencia

Los sistemas más empleados para lograr el costo de existencias de las entidades son promedio ponderado y PEPS

Método promedio ponderado: Según (Horgren, 2014) menciona que utilizando el método de promedio, la empresa calculara un costo nuevo por unidad después de cada adquisición. Este método se ilustrara atreves del costo de los bienes vendidos, para la elaboración se pone un precio promedio comparando la mercadería que va salir con la que entro, así obtener el valor necesario para su venta.

Método PEPS: Según (Horgren, 2014) nos describe utilizando el método PEPS que significa (primeras entradas, primeras salidas), diciendo también que el inventario final proviene de los costos más antiguos siendo esto las primeras compras del ejercicio. Este método es consistente en el movimiento físico del inventario, por lo que se vende primero las existencias más antiguas.

2.2.1.2. Dimensiones

a) Componentes del costo de ventas

Torres (2014), muestra que es esencial estar al tanto del inventario detallado mediante el uso de procesos. Recibirá un recibo con su número de inventario. Así es como se determina el costo de ventas.

(Rojas, 2015) nos manifiesta que el cálculo de costos, como sugiere el nombre, es la adquisición física de inventario al final de un año determinado para garantizar el inventario inicial, que es una parte importante del balance general. Este cálculo se realiza cada año o semestre.

- $\text{Inventario inicial} + \text{Compras} - \text{Inventario Final} = \text{Costo de ventas}$

a Inventario Inicial:

(Garcia, 2017) Nos dice: Interprete una sola cantidad de un producto para el período que comienza con el año fiscal. Restauración o transferencia de cuentas del libro mayor del año fiscal anterior, comenzando con la gestión del inventario restante en el libro mayor general para el año fiscal y terminando con la facturación del costo de los bienes vendidos.

b. Compras

(Garcia, 2017) nos describe que un conjunto de actividades que deben realizarse para comprar los elementos comerciales necesarios al menor costo de calidad, incluida la búsqueda de nuevas fuentes de compra y la vinculación efectiva de las citas de las fuentes en el momento adecuado.

c. Inventario Final:

(Garcia, 2017) nos dice que el inventario final se hace al final del año, el cual corresponde al inventario físico de bienes de la empresa y sus respectivas valuaciones. Al relacionar este inventario con el inventario original, las compras y ventas netas del año se utilizan para obtener la ganancia o pérdida bruta del año.

d. Inventario

Según (Osmond, 2018) nos menciona que:

El inventario es administrado por dos sistemas, inventario periódico e inventario perpetuo, cada uno de los cuales vende un gran volumen de bienes y una variedad de bienes, por lo que tiene su propio sistema para determinar el costo de los bienes vendidos. Existe un mecanismo o proceso. El proceso de venta que determina el costo de los bienes utilizados es muy complejo.

Sistema de inventario periódico: Según (Osmond, 2018) nos describe qué es: contar al final del período contable, realmente contar, reducir el inventario inicial al hacer más compras, tomar la

diferencia para tener en cuenta el costo de los bienes vendidos. Regularmente La consolidación física completa utilizando un sistema de inventario simple es se realizan en determinadas épocas del año, como trimestral o anualmente, según las necesidades de la empresa. La gestión regular del inventario es el método más fácil y permite que las unidades mantengan información precisa sobre las discrepancias y la escasez de inventario.

Sistema de inventario perpetuo: Según (Osmond, 2018) nos describe que: Un sistema de inventario perpetuo consiste en contar el inventario continuamente. La entidad deduce el inventario con cada compra y actualiza continuamente el inventario con cada venta. Este método nos permite medir con precisión el inventario casi a diario. Además, este método permite el conteo físico, a menudo asegurando que la información contable coincida con el número físico durante todo el proceso.

e. Valuación de inventarios

Según (Horgren, 2014) nos menciona que:

La valoración del inventario es un procedimiento que se usa para determinar el costo de los bienes vendidos y también se usa para determinar si una empresa tendrá un buen desempeño financiero dentro del plazo requerido. Los mismos bienes pueden comprarse o producirse a diferentes costos. Como resultado, el CFO puede

decidir qué costos aplicar a los artículos que ya se han vendido y qué costos asignar a los artículos que todavía están en stock.

(Gomez, 2015), todas las empresas deberían evaluar sus mercaderías, así podrán valorar sus inventarios y poder calcular el costo conveniente, como resultado tener la utilidad.

2.2.2. Rentabilidad

2.2.2.1. Definición

(Lavalle, 2016), Se refiere a la eficiencia organizacional, la generación de ganancias y ganancias a cambio de la inversión. Su calificación depende de las siguientes proporciones: Margen de utilidad neta sobre ventas, rendimiento de activos, rendimiento de capital. recurso propio

(Rodriguez, 2011) nos menciona que:

Qué tan rentable, conceptos utilizados en diversas acciones corporativas que utilizan recursos para lograr resultados.

La rentabilidad es el objetivo que representa cada entidad, y se deben utilizar ratios para obtener resultados a fin de materializar la rentabilidad de lo invertido.

(Carvalho, 2016), Se basa en que se puede comparar la rentabilidad entre diferentes instituciones en diferentes sectores del mercado, y si es adecuado, se pueden comparar y conocer las tendencias estructurales de la industria, y compararla con otros sectores. La comparación se refleja en resultados financieros.

De manera similar, (Cunha, 2017), señalan que brinda facilidades que permiten comparar los costos de capital o inversión alternativa libre de riesgo, permitiendo de esta m

2.2.2.2. Dimensiones

a) Margen de rentabilidad

(Martinez, 2013) nos menciona que:

Los índices se utilizan para medir el marketing, los activos o el cumplimiento de capital de una entidad. Cuando el indicador muestra un número negativo, representa un mal momento por el que atraviesa la entidad y se toma como evidencia de que estas situaciones se pueden manejar y cómo se pueden subsanar.

i. Margen bruto de utilidad

Esto muestra el porcentaje de ganancias de ventas recibidas después de que se pagó el inventario. Además, calcula los ingresos deduciendo el costo de los bienes vendidos y destacando qué tan bien la empresa cubrirá esos costos.

$$\text{Margen bruto de utilidades} = \frac{\text{Ventas} - \text{Costos de Ventas}}{\text{Ventas}}$$

ii. Margen de utilidad operacional

Esto muestra el margen de beneficio neto por ventas para el negocio. Esto debería ser una deducción por gastos financieros.

$$\text{Margen operacional} = \left(\frac{\text{Utilidad operacional}}{\text{ventas netas}} \right) \times 100$$

iii. Rendimiento del patrimonio

Este argumento es el resultado de dividir la utilidad por el capital de la empresa. Esta es una medida de la contribución de los inversores.

$$\text{Rendimiento sobre el patrimonio} = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Patrimonio neto}}$$

iv. **Rentabilidad de la inversión**

Se utiliza la utilidad neta dividido entre los activos totales de la empresa, teniendo un resultado eficiente y producir utilidades haciendo frente a sus activos totales. Este ratio es indispensable para la rentabilidad como un proyecto, más que todo sirve para los accionistas.

$$\text{Rendimiento sobre la inversion} = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Activo total}}$$

v. **Margen neto de utilidades**

Utilidad neta dividida por los activos totales de la empresa, generada de manera efectiva y rentable contra los activos totales de la empresa. Esta relación es esencial para la rentabilidad del proyecto y sirve a los accionistas por encima de todo.

$$\text{Margen neto de utilidad} = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Venta total}}$$

b) Rentabilidad financiera

Los rendimientos financieros se buscan utilizando fondos antes o después de impuestos obtenidos de manera que permitan a los accionistas obtener ingresos de sus propios recursos, teniendo en cuenta la estructura financiera.

El rendimiento financiero, conocido como ROI, es el índice más importante en los estados financieros anuales y el análisis de la cuenta de

los accionistas de una empresa u organización y se mide por el margen de beneficio neto utilizando el apalancamiento, no Hall. Así como se puede descomponer la rentabilidad económica, la rentabilidad financiera también se puede dividir en cuatro ratios diferentes:

$$\text{Ratio de rentabilidad financiera} = \frac{\text{BDI}}{\text{Fondos propios}} \times \frac{\text{Ventas}}{\text{Ventas}} \times \frac{\text{Activo}}{\text{Activo}} \times \frac{\text{BAII}}{\text{BAII}} \times \frac{\text{BAI}}{\text{BAI}}$$

Moviendo la jerarquía de los factores, pero sin que se altere al producto obtenemos lo siguiente:

$$\text{Ratio de rentabilidad financiera} = \frac{\text{BAII}}{\text{Ventas}} \times \frac{\text{Ventas}}{\text{Activo}} \times \frac{\text{BAI}}{\text{BAII}} \times \frac{\text{Activo}}{\text{Fondos propios}} \times \frac{\text{BDI}}{\text{BAI}}$$

De acuerdo con los dos primeras ratios, se dice que las empresas económicamente rentables son capaces de alcanzar rendimientos financieros aceptables porque son ratios divididos por la rentabilidad económica.

c) **Rentabilidad económica**

Según (Rodríguez, 2011) nos dice que rentabilidad económica:

Se refiere al rendimiento de los activos de una empresa durante un período de tiempo, independientemente de las finanzas. Independientemente de la fuente de financiación, la corrección del comportamiento de los activos determina si una empresa es económicamente rentable; también se puede comprobar si se debe a la política. déficit.

$$\text{Rentabilidad económica} = \frac{\text{Resultado neto contable}}{\text{Activo neto total}}$$

La rentabilidad o desempeño económico se abrevia como ROI, ROCE y ROA. Su vocabulario varía y se refiere al verdadero significado de

su enfoque, una generalización sobre EBIT, que es Ganancias antes de intereses e impuestos, que mide los activos totales de una empresa, un ingreso constante relacionado con las inversiones requeridas.

A efectos de análisis, la rentabilidad económica se separa en dos ratios que explican oportunamente su evolución.

$$\text{Margen de beneficios sobre las ventas} = \frac{BAII}{\text{Activo total}} \times \frac{\text{Ventas}}{\text{Ventas}}$$

Al cambiar el orden de los factores y no cambiar el producto, obtenemos las siguientes razones o causas:

$$\text{Rotacion del activo} = \frac{BAII}{\text{Ventas}} \times \frac{\text{Ventas}}{\text{Activo total}}$$

La primera relación se denomina rendimiento de las ventas y la segunda relación es la rotación de la propiedad. La desagregación antes de eso significa que una entidad puede influir en la ganancia económica a través de dos factores, tal vez aumentando los precios de venta o reduciendo los costos o ambos para los márgenes de ganancia al mismo tiempo, para la rotación de activos de ganancias vendiendo más cantidad o reduciendo la cantidad de activos”.

2.3 Marco Conceptual

Costos de ventas

Es todo pago o remesa por la compra de bienes o servicios. También menciona que los gastos económicos pueden pertenecer a costos o gastos. Los costos son los montos incurridos en el proceso de producción y los servicios de apoyo, como la tierra, los salarios

de fábrica, las materias primas y los costos de los servicios públicos relacionados con el proceso de producción.(Jimenez, 2015),

Componentes del costo de ventas

Esto demuestra el imperativo de usar procesos para reconocer el inventario detallado. Obtenga un documento de respaldo con un número de inventario. Así es como se determina el costo de ventas. Torres (2014)

Inventario

El inventario es administrado por dos sistemas: inventario periódico e inventario perpetuo, cada uno con su propio mecanismo o proceso para determinar el costo de los bienes vendidos, debido al gran volumen de bienes vendidos. Complicado. (Osmond, 2018)

Valuación de inventarios

Este es el procedimiento que se utiliza para obtener el costo de los bienes vendidos y determinar si el negocio funcionará financieramente dentro del marco de tiempo requerido. Los mismos bienes pueden comprarse o producirse a diferentes costos. Como resultado, el CFO puede decidir qué costos aplicar a los artículos que ya se han vendido y qué costos asignar a los artículos que todavía están en stock. (Hogren, 2014)

Rentabilidad

Es la eficiencia de una organización la que produce ganancias y rendimiento de la inversión, y su valoración depende de los siguientes índices: rendimiento de las ventas netas, rendimiento de los activos y rendimiento de los activos.(Lavalle, 2016),

Margen de rentabilidad

Los índices se utilizan para medir el marketing, los activos o el cumplimiento de capital de una entidad. Cuando el indicador muestra un número negativo, representa un mal momento por el que atraviesa la entidad y se toma como evidencia de que estas situaciones se pueden manejar y cómo se pueden subsanar. (Martinez, 2013)

Rentabilidad financiera

Los rendimientos financieros se buscan utilizando fondos antes o después de impuestos obtenidos de manera que permitan a los accionistas obtener ingresos de sus propios recursos, teniendo en cuenta la estructura financiera.

Rentabilidad económica

Se refiere al rendimiento de los activos de una empresa durante un período de tiempo mientras se mantiene financieramente independiente. Independientemente de la fuente de financiación, el correcto comportamiento de los activos determina si una empresa es económicamente rentable, y así mismo si el problema de falta de rentabilidad se debe al desarrollo de la actividad económica. Déficit de la política fiscal. (Rodriguez, 2011)

CAPITULO III

HIPÓTESIS

3.1. Hipótesis General

Existe una relación significativa y directa entre costo de ventas y rentabilidad en la empresa Automotriz Central del Perú S.A.C., Ayacucho 2021.

3.2 Hipótesis Especifica

1. Existe una relación significativa y directa entre costo de ventas y margen de rentabilidad en la empresa Automotriz Central del Perú S.A.C., Ayacucho 2021.
2. Existe una relación significativa y directa entre costo de ventas y rentabilidad financiera en la empresa Automotriz Central del Perú S.A.C., Ayacucho 2021.
3. Existe una relación significativa y directa entre costo de ventas y rentabilidad económica en la empresa Automotriz Central del Perú S.A.C., Ayacucho 2021.

3.3 Variables

Variable 1:

Costos de ventas

Dimensiones:

Componentes del costo de ventas

Inventario

Valuación de inventario

Variable 2:

Rentabilidad

Dimensiones:

Margen de rentabilidad

Rentabilidad financiera

Rentabilidad económica

Operacionalización de las variables:

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensión	Indicadores	Escala de medición	Instrumento
Costos de ventas	Costo de venta Pago o remesa por la compra de bienes o servicios. También menciona que los gastos económicos pueden pertenecer a costos o gastos. Los gastos incluyen la cantidad de tierra generada en el proceso de producción, los salarios del grupo de fábricas, las materias primas involucradas en el proceso de producción y la cantidad de servicios de apoyo, como los costos de servicios públicos. (Jimenez, 2010)	Costo de ventas será evaluado a través de las siguientes dimensiones: Componentes del costo de ventas, Inventario, Valuación de inventario.	Componentes del costo de ventas	- Inventario inicial - Compras - Inventario final	Escala de Likert 5. Totalmente de acuerdo 4. De acuerdo 3. Indiferente 2. En desacuerdo 1. Totalmente en desacuerdo	Cuestionario
			Inventario	- Inventarios periódicos - Inventario perpetuo		
			Valuación de inventario	- PEPS - Costo promedio		
Rentabilidad	Rentabilidad Es la eficiencia de una organización la que produce utilidad y retorno sobre la inversión, y su valoración depende de los siguientes índices: retorno sobre ventas, retorno sobre activos, retorno sobre activos Capital, estos mismos índices indican la capacidad potencial de generar utilidades a partir de los recursos de uno (Lavallo, 2016),	Rentabilidad será evaluado a través de las siguientes dimensiones: Margen de rentabilidad, Rentabilidad financiera, Rentabilidad económica.	Margen de rentabilidad	- Margen bruto de utilidad - Margen de utilidad operacional - Rentabilidad sobre el patrimonio - Rentabilidad sobre inversión - Margen neto de utilidades		

			Rentabilidad financiera	- Ratio de rentabilidad financiera - Ratio de rotación - Ratio de apalancamiento		
			Rentabilidad económica	- Margen de ventas - Rotación de activo		

CAPITULO IV

METODOLOGÍA

4.1 Método de Investigación

Método General

El método general de la investigación de acuerdo a la naturaleza de estudios es el método científico, ya que la investigación busca solucionar el problema descrito, contrastar la hipótesis.

De acuerdo con (Hernandez R. , 2018) el método científico es “el estudio sistemático, controlado, empírico y crítico de proposiciones hipotéticas acerca de presuntas relaciones entre varios fenómenos”.

Esto nos lleva al hecho de que el método científico se utiliza en la investigación donde se describen los problemas, se plantean los problemas, se identifican los objetivos y se proponen las posibles soluciones, es decir, se dan las hipótesis, las hipótesis y, finalmente, se desarrollan y refutan las hipótesis.

Método Especifico

Método de análisis: Se utilizan técnicas de análisis porque hemos dividido el todo en partes para observar las relaciones. Similitudes, diferencias, causas, naturaleza y consecuencias para comprender mejor los problemas y alcanzar los objetivos. (Hernandez, Fernandez, & Baptista, 2014)

Método sintético: El método de síntesis se utiliza como un proceso de discusión que tiende a mejorar el conjunto a partir de los elementos diferenciados por el análisis. Devolver. Así que mantenga su presentación ordenada y concisa. Visión general. (Hernandez R. , 2018)

Método Descriptivo: Permite describir los hechos tal como son, apoyándose en los instrumentos y técnicas que recogieron la información y datos de la empresa. (Vara, 2015).

4.2 Tipo de Investigación

El tipo de investigación de acuerdo al objetivo de estudio, es la investigación aplicada ya que existen teorías relacionadas al problema que nos brindaron información sobre las variables de estudio.

Según (Vara, 2015) es aplicada por que “busca solucionar un problema concreto, práctico, de la realidad cotidiana de la empresa”.

4.3 Nivel de Investigación

La investigación es de nivel correlacional, ya que el objetivo de la investigación es medir la relación entre las variables de estudio.

La investigación Correlacional tiene como finalidad conocer la relación que existe en dos o más variables de acuerdo con (Hernandez R. , 2018). “El estudio correlacional evalúa el grado de agrupación entre dos o más variables, es decir evalúa cada variable conjuntamente relacionada y luego miden y examinan la correlación”.

4.4 Diseño de la Investigación

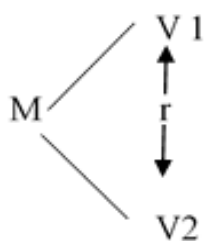
La presente investigación es de diseño no experimental, descriptivo y correlacional causal.

La investigación es no experimental, según (Hernandez R. , 2018) “es aquella que se realiza sin manipular deliberadamente variables. Es decir, es investigación donde no se varia intencionalmente las variables independientes”.

Es descriptivo por según (Hernandez, Fernandez, & Baptista, 2014) “porque pretende medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren”.

Es correlacional y causal porque, “porque se asocian variables mediante un patrón predecible para un grupo o población” y el causal “porque a través de la comprobación de hipótesis no solamente se afirma la o las relaciones entre dos o más variables y la manera en que se manifiestan, sino que además propone un “sentido de entendimiento” de las relaciones”. (Hernandez R. , 2018)

El esquema del diseño de investigación correlacional es el siguiente:



Donde:

M: muestra

V1: variable 1

V2: variable 2

r: correlación de variables.

4.5 Población y Muestra

La población de la investigación está conformada por un total de 24 colaboradores de la empresa Automotriz Central del Perú S.A.C. de Ayacucho.

Muestra:

La muestra de la investigación es no probabilística, se considera censal, entonces la muestra de la investigación es de 24 colaboradores de la empresa Automotriz Central del Perú S.A.C. de Ayacucho.

4.6 Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos

Técnicas de investigación:

La investigación utilizará la técnica de la encuesta. El cual según (Vara, 2015) permite la “indagación, exploración y recolección de datos, mediante preguntas formuladas directa o indirectamente a los sujetos que constituyen la unidad de análisis del estudio investigativo”.

Instrumentos de investigación

La investigación utilizara como instrumento de investigación el cuestionario para la recolección de datos.

4.7 Técnicas de Procesamiento y Análisis de Datos

La técnica de procesamiento y análisis de datos se convierte en estadística descriptiva. Los datos fueron procesados mediante el programa SPSS versión 25, que analizó los datos mediante gráficos de barras y tablas.

Una vez que se completa el proceso de filtrado de datos, la información se analiza de acuerdo con las variables formuladas y los resultados se muestran en gráficos y cuadros estadísticos en forma de tablas, cuadros, gráficos y pesos.

La validación del instrumento se realiza según el juicio de expertos y la confiabilidad del instrumento por correlación de Pearson.

4.8 Aspectos Éticos de la Investigación

Para desarrollar esta investigación se revisó el Código de Ética de la Universidad Peruana de Los Andes, en el cual se detalla que no se deben adoptar definiciones de plagio, autoplagio o autoría, independientemente de la fuente del trabajo. Considere estos aspectos y publique su propio trabajo de investigación.

CAPITULO V

RESULTADOS

5.1 Descripción de resultados

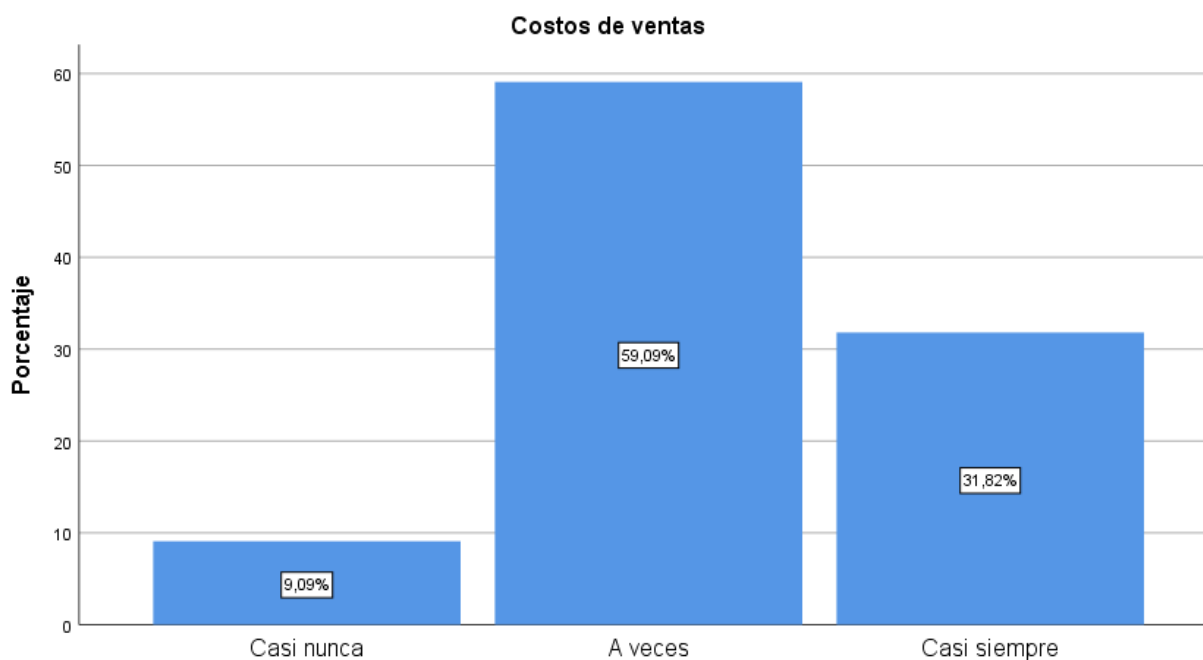
En este apartado se realizaron análisis descriptivos de las variables según los resultados de los estudios aplicados. Costo de ventas y rentabilidad.

VARIABLE 1: COSTO DE VENTAS

Tabla 01: Representación porcentual de la variable 1: Costo de ventas

		Costos de ventas			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	2	9,1	9,1	9,1
	A veces	13	59,1	59,1	68,2
	Casi siempre	7	31,8	31,8	100,0
	Total	22	100,0	100,0	

Figura 04: Representación porcentual de la variable 1: Costo de ventas



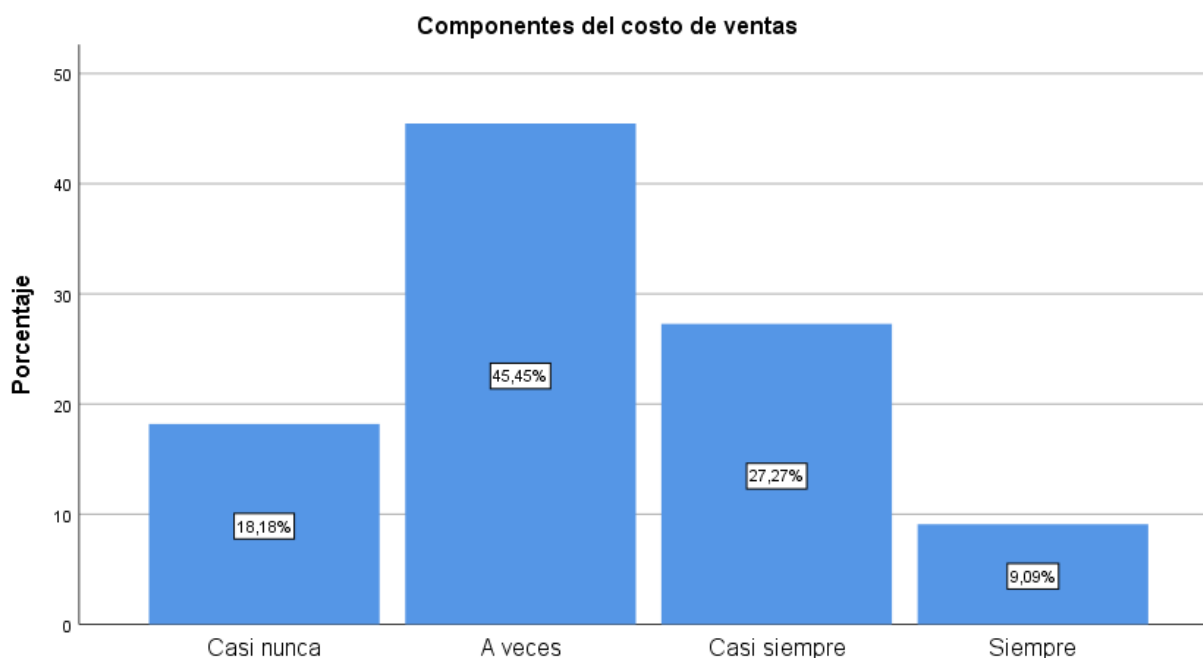
Interpretación:

Un análisis de la escala de Likert aplicada a los trabajadores de Automotriz Central del Perú S.A.C arroja una tasa de 59,09% en cuanto a los costos de venta, lo que indica que se incurre en costos de venta de vez en cuando En Automotriz Central del Perú SAC Bueno. Los resultados muestran una ligera ventaja en el costo de los bienes vendidos.

Tabla 02: Representación porcentual de la variable 1 dimensión 1: Componentes del costo de ventas

Componentes del costo de ventas				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	4	18,2	18,2
	A veces	10	45,5	63,6
	Casi siempre	6	27,3	90,9
	Siempre	2	9,1	100,0
	Total	22	100,0	100,0

Figura 05: Representación porcentual de la variable 1 dimensión 1: Componentes del costo de ventas



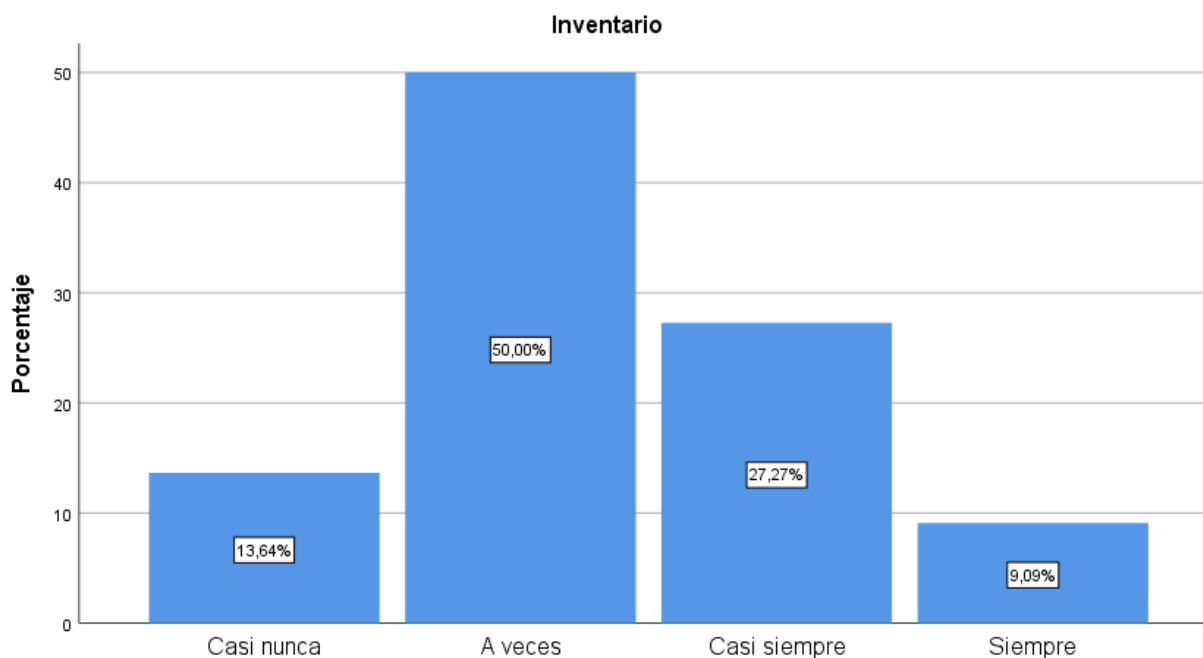
Interpretación:

Un análisis de la escala Likert aplicada a los trabajadores de Automotriz Central del Perú S.A.C. arrojó un 45,45% para los componentes de costos de venta. Los resultados de Perú S.A.C. muestran una mezcla ligeramente mejor de costos de ventas.

Tabla 03: Representación porcentual de la variable 1 dimensión 2: Inventario

Inventario				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	3	13,6	13,6
	A veces	11	50,0	63,6
	Casi siempre	6	27,3	90,9
	Siempre	2	9,1	100,0
	Total	22	100,0	100,0

Figura 06: Representación porcentual de la variable 1 dimensión 2: Inventario

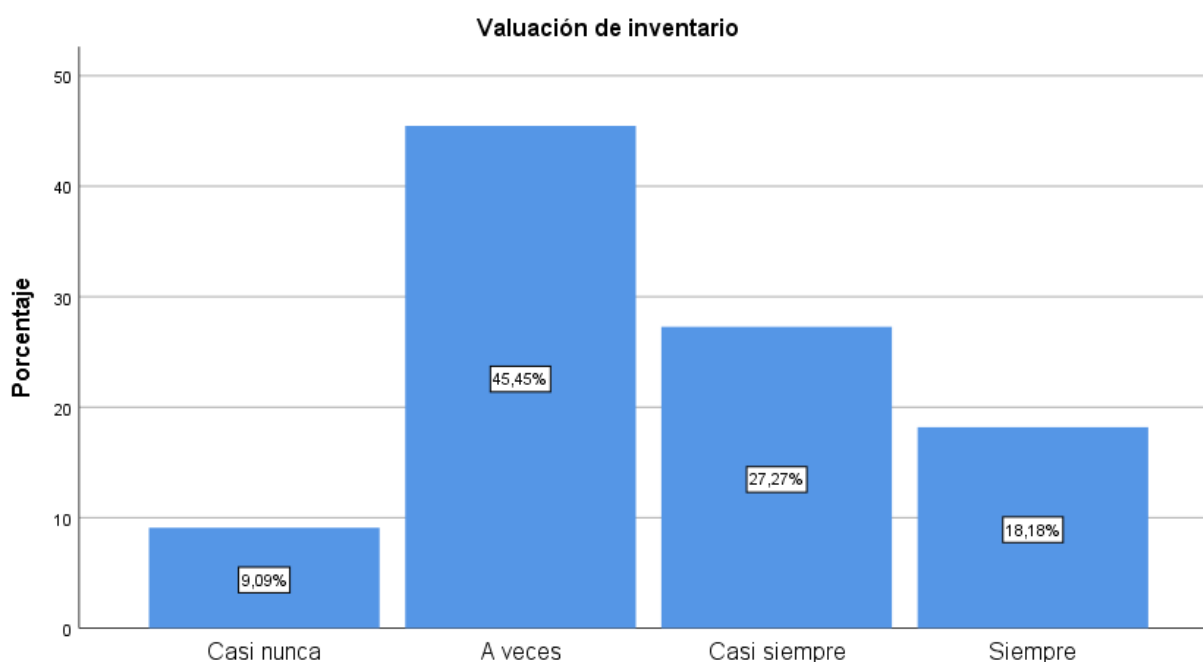


Interpretación:

Del análisis de la escala de Likert aplicada a los colaboradores de la empresa Automotriz Central del Perú S.A.C., respecto al inventario, se obtuvo un 50% el cual indicaron que a veces el inventario se desarrolla adecuadamente en la empresa Automotriz Central del Perú S.A.C. Cuyo resultado indica que el inventario es levemente favorable.

Tabla 04: Representación porcentual de la variable 1 dimensión 3: Valuación de inventario

		Valuación de inventario			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	2	9,1	9,1	9,1
	A veces	10	45,5	45,5	54,5
	Casi siempre	6	27,3	27,3	81,8
	Siempre	4	18,2	18,2	100,0
	Total	22	100,0	100,0	

Figura 07: Representación porcentual de la variable 1 dimensión 3: Valuación de inventario

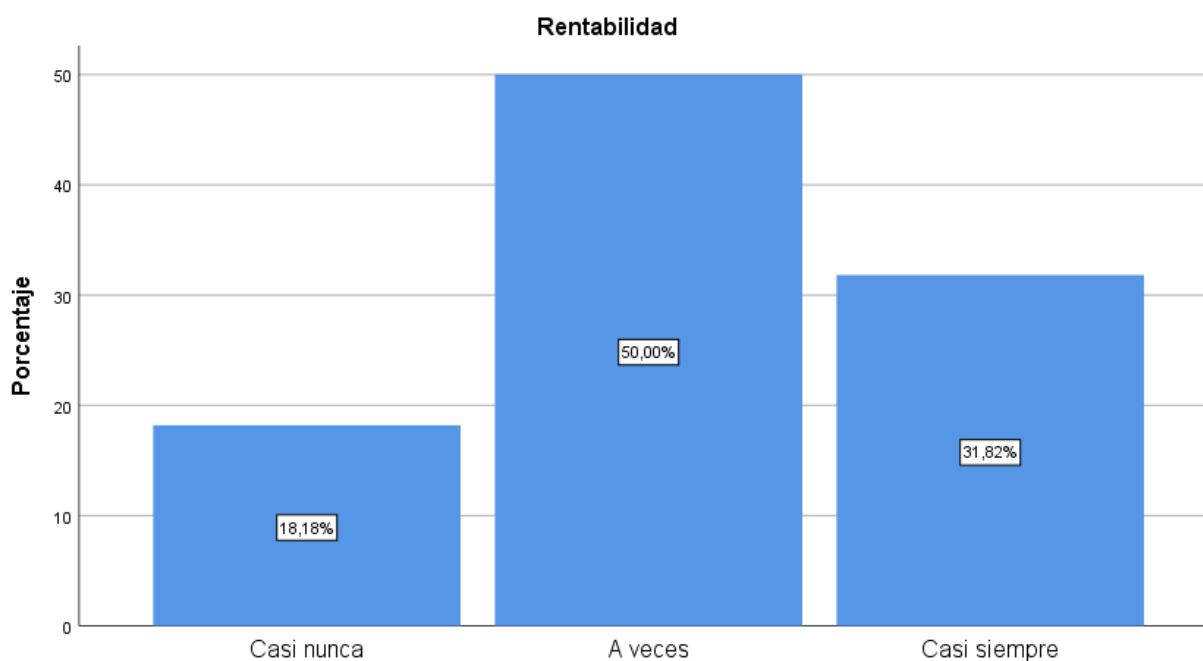
Interpretación:

Del análisis de la escala de Likert aplicada a los colaboradores de la empresa Automotriz Central del Perú S.A.C., respecto a la valuación de inventario, se obtuvo un 45.45% el cual indicaron que a veces la valuación de inventario se desarrolla adecuadamente en la empresa Automotriz Central del Perú S.A.C. Cuyo resultado indica que la valuación de inventario es levemente favorable.

VARIABLE 2: RENTABILIDAD

Tabla 05: Representación porcentual de la variable 2: Rentabilidad

		Rentabilidad			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	4	18,2	18,2	18,2
	A veces	11	50,0	50,0	68,2
	Casi siempre	7	31,8	31,8	100,0
	Total	22	100,0	100,0	

Figura 08: Representación porcentual de la variable 2: Rentabilidad

Interpretación:

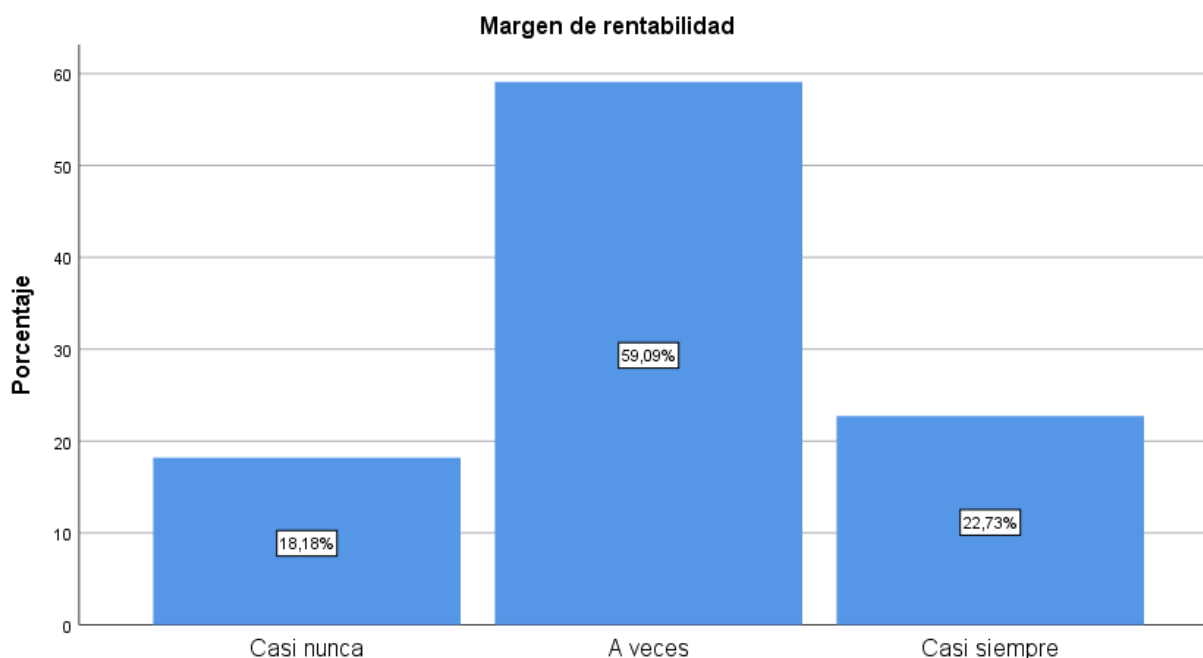
Del análisis de la escala de Likert aplicada a los colaboradores de la empresa Automotriz Central del Perú S.A.C., respecto a la Rentabilidad, se obtuvo un 50.00% el cual indicaron que a veces la rentabilidad es favorable en la empresa Automotriz Central del Perú S.A.C. Cuyo resultado indica que la rentabilidad es levemente favorable.

Tabla 06: Representación porcentual de la variable 2 dimensión 1: Margen de rentabilidad

		Margen de rentabilidad			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	4	18,2	18,2	18,2
	A veces	13	59,1	59,1	77,3
	Casi siempre	5	22,7	22,7	100,0

Total	22	100,0	100,0
-------	----	-------	-------

Figura 09: Representación porcentual de la variable 2 dimensión 1: Margen de rentabilidad

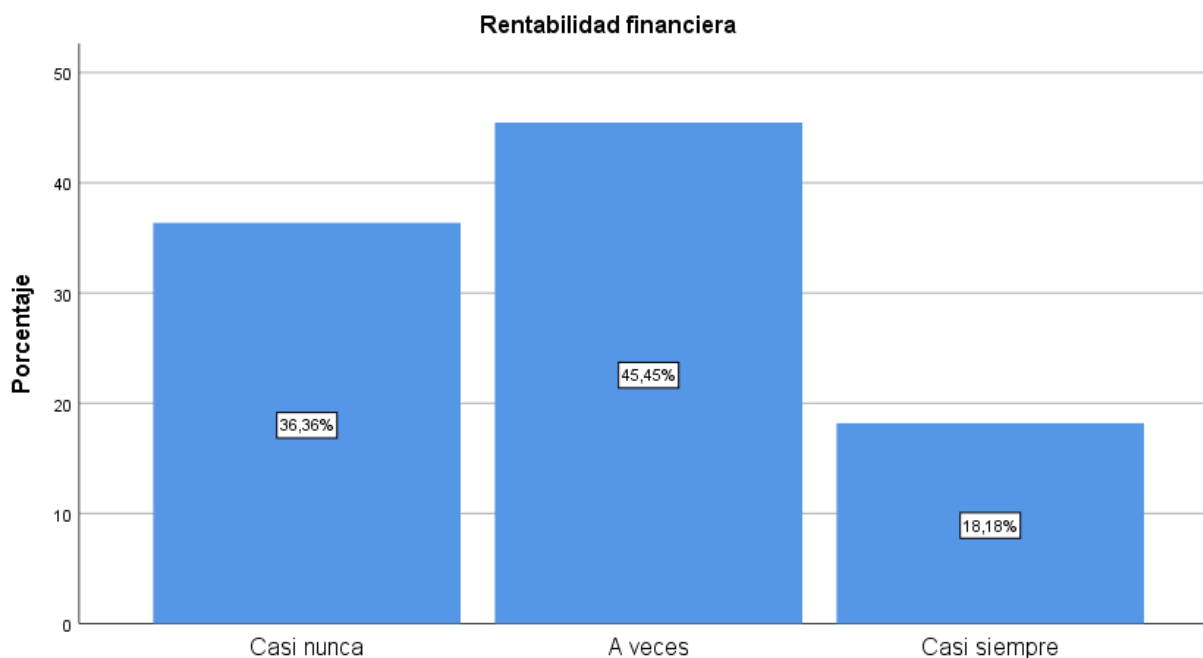


Interpretación:

Del análisis de la escala de Likert aplicada a los colaboradores de la empresa Automotriz Central del Perú S.A.C., respecto a l margen de rentabilidad, se obtuvo un 59.09% el cual indicaron que a veces el margen de rentabilidad se desarrolla adecuadamente en la empresa Automotriz Central del Perú S.A.C. Cuyo resultado indica que el margen de rentabilidad es levemente favorable.

Tabla 07: Representación porcentual de la variable 2 dimensión 2: Rentabilidad financiera

Rentabilidad financiera				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	8	36,4	36,4
	A veces	10	45,5	81,8
	Casi siempre	4	18,2	100,0
	Total	22	100,0	100,0

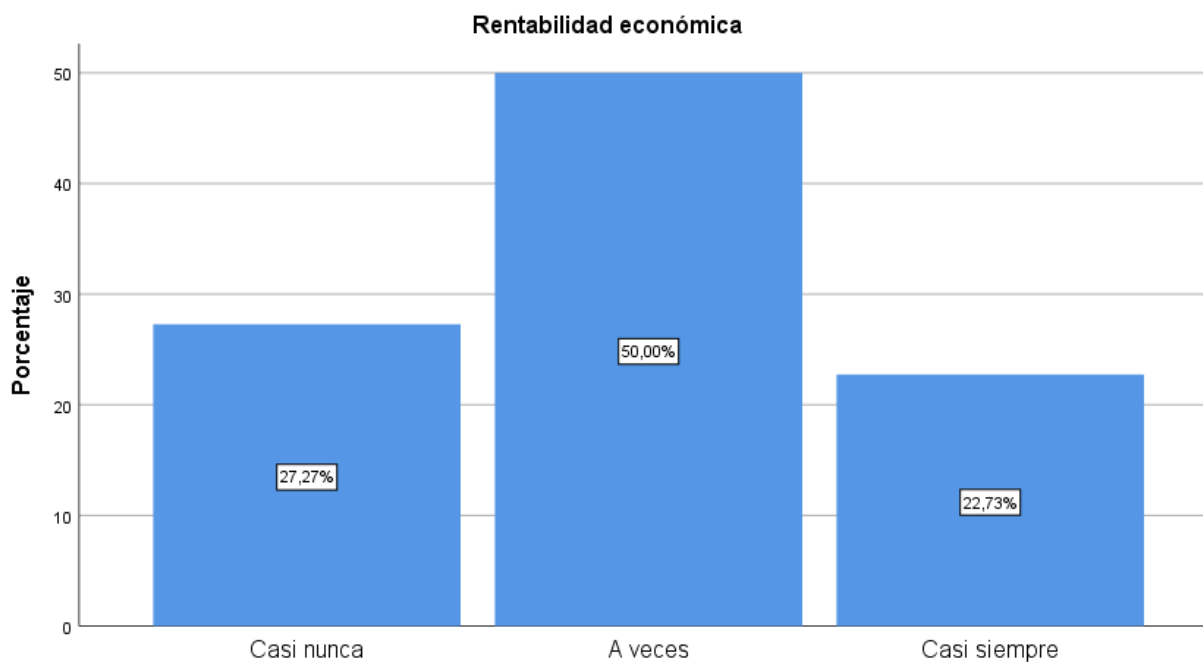
Figura 10: Representación porcentual de la variable 2 dimensión 2: Rentabilidad financiera

Interpretación:

Un análisis de la escala Likert aplicada a los trabajadores de Automotriz Central del Perú S.A.C. arrojó un 45,54% en términos de rentabilidad financiera. Los resultados muestran rentabilidades financieras ligeramente desfavorables.

Tabla 08: Representación porcentual de la variable 2 dimensión 3: Rentabilidad económica

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	6	27,3	27,3	27,3
	A veces	11	50,0	50,0	77,3
	Casi siempre	5	22,7	22,7	100,0
	Total	22	100,0	100,0	

Figura 11: Representación porcentual de la variable 2 dimensión 3: Rentabilidad económica

Interpretación:

Un análisis de la escala de Likert aplicada a los trabajadores de la empresa Automotriz Central del Perú S.A.C. arroja un 50,00% en cuanto a beneficios económicos, lo que indica que se pueden producir beneficios económicos. Los resultados muestran que los beneficios económicos son ligeramente desfavorables.

5.2 Contraste de Hipótesis

Hipótesis general

a. Planteamiento de la hipótesis estadística

H₀: No existe una relación significativa y directa entre costo de ventas y rentabilidad en la empresa Automotriz Central del Perú S.A.C., Ayacucho 2021.

H₁: Existe una relación significativa y directa entre costo de ventas y rentabilidad en la empresa Automotriz Central del Perú S.A.C., Ayacucho 2021.

b. Cálculo del estadístico de prueba

Tabla 09: Correlación de hipótesis general

		Correlaciones	
		Costo de ventas	Rentabilidad
Costo de ventas	Coefficiente de Correlación	1	,584**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	24	24
Rentabilidad	Coefficiente de Correlación	,584**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	24	24

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

Fuente: Elaboración propia, 2021

c. Interpretación

Baremos correlación	
Correlación negativa perfecta	1
Correlación negativa muy fuerte	-0.90 a -0.99
Correlación negativa fuerte	-0.75 a -0.89
Correlación negativa media	-0.50 a -0.74
Correlación negativa débil	-0.25 a -0.49
Correlación negativa muy débil	-0.10 a -0.24
No existe correlación alguna	-0.09 a +0.09
Correlación positiva muy débil	+0.10 a +0.24
Correlación positiva débil	+0.25 a +0.49
Correlación positiva media	+0.50 a +0.74
Correlación positiva fuerte	+0.75 a +0.89
Correlación positiva muy fuerte	+0.90 a +0.99
Correlación positiva perfecta	1

De acuerdo con el Coeficiente de Correlación de Rho de Spearman es 0.584 y de acuerdo al baremo de correlación nos indica que existe una correlación positiva media. Además, el nivel de significancia es 0.000 y es menor que 0.05, esto nos indica que si existe una relación entre las variables; en base a estos resultados se concluye: Existe una relación significativa y directa entre costo de ventas y rentabilidad en la empresa Automotriz Central del Perú S.A.C., Ayacucho 2021.

Hipótesis Especifica 1

a. Planteamiento de la hipótesis estadística

H₀: No hay ninguna relación significativa y directa entre costo de ventas y margen de rentabilidad en la empresa Automotriz Central del Perú S.A.C., Ayacucho 2021.

H₁: Existe una relación significativa y directa entre costo de ventas y margen de rentabilidad en la empresa Automotriz Central del Perú S.A.C., Ayacucho 2021.

b. Cálculo del estadístico de prueba

Tabla 10: Hipótesis específica N ° 1

Correlaciones			
		Costo de ventas	Margen de rentabilidad
Costo de ventas	Coefficiente de Correlación	1	,492**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	24	24
Margen de rentabilidad	Coefficiente de Correlación	,492**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	24	24

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

Fuente: Elaboración propia, 2021

c. Interpretación

Baremos correlación	
Correlación negativa perfecta	1
Correlación negativa muy fuerte	-0.90 a -0.99
Correlación negativa fuerte	-0.75 a -0.89
Correlación negativa media	-0.50 a -0.74
Correlación negativa débil	-0.25 a -0.49
Correlación negativa muy débil	-0.10 a -0.24
No existe correlación alguna	-0.09 a +0.09
Correlación positiva muy débil	+0.10 a +0.24
Correlación positiva débil	+0.25 a +0.49
Correlación positiva media	+0.50 a +0.74
Correlación positiva fuerte	+0.75 a +0.89
Correlación positiva muy fuerte	+0.90 a +0.99
Correlación positiva perfecta	1

"El coeficiente de correlación Rho de Spearman de 0,492 y una medida de correlación indican que existe una correlación positiva débil, y el nivel de significación es inferior a 0,05 a 0,000, lo que indica que existe una relación entre las variables. Con base en estos resultados, se concluyó que existe una relación directa y significativa entre los costos de venta y los márgenes de utilidad para Automotriz Central del Perú S.A.C. en Ayacucho 2021."

Hipótesis Especifica 2

a. Planteamiento de la hipótesis estadística

H₀: No hay ninguna relación significativa y directa entre costo de ventas y rentabilidad financiera en la empresa Automotriz Central del Perú S.A.C., Ayacucho 2021.

H₁: Existe una relación significativa y positiva entre Gestión Presupuestal y Eficiencia en la Dirección Regional de Educación de Lima Metropolitana-2020.

b. Cálculo del estadístico de prueba

Tabla 11: *Correlación hipótesis N ° 2*

		Correlaciones	
		Costo de ventas	Rentabilidad financiera
Costo de ventas	Coefficiente de Correlación	1	,618**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	24	24
Rentabilidad financiera	Coefficiente de Correlación	,618**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	24	24

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

Fuente: Elaboración propia, 2021

c. Interpretación

Baremos correlación	
Correlación negativa perfecta	1
Correlación negativa muy fuerte	-0.90 a -0.99
Correlación negativa fuerte	-0.75 a -0.89
Correlación negativa media	-0.50 a -0.74
Correlación negativa débil	-0.25 a -0.49
Correlación negativa muy débil	-0.10 a -0.24
No existe correlación alguna	-0.09 a +0.09
Correlación positiva muy débil	+0.10 a +0.24
Correlación positiva débil	+0.25 a +0.49
Correlación positiva media	+0.50 a +0.74
Correlación positiva fuerte	+0.75 a +0.89
Correlación positiva muy fuerte	+0.90 a +0.99
Correlación positiva perfecta	1

"El coeficiente de correlación Rho de Spearman de 0,618 y una medida de correlación indican que existe una correlación positiva promedio, y el nivel de significancia es menor de 0,05 a 0,000, lo que indica que existe una relación entre las variables. Con base en estos resultados, se concluye que: Existe una relación directa y material entre los costos de venta y la utilidad financiera de Automotriz Central del Perú S.A.C., Ayacucho 2021."

Hipótesis Especifica 3

a. Planteamiento de la hipótesis estadística

H₀: No Existe una relación significativa y directa entre costo de ventas y rentabilidad económica en la empresa Automotriz Central del Perú S.A.C., Ayacucho 2021.

H₁: Existe una relación significativa y directa entre costo de ventas y rentabilidad económica en la empresa Automotriz Central del Perú S.A.C., Ayacucho 2021.

b. Cálculo del estadístico de prueba

Tabla 12: *Correlación hipótesis N° 3*

		Correlaciones	
		Costo de ventas	Rentabilidad económica
Costo de ventas	Coefficiente de Correlación	1	,462**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	24	24
Rentabilidad económica	Coefficiente de Correlación	,462**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	24	24

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

Fuente: Elaboración propia, 2020

c. Interpretación

Baremos correlación	
Correlación negativa perfecta	1
Correlación negativa muy fuerte	-0.90 a -0.99
Correlación negativa fuerte	-0.75 a -0.89
Correlación negativa media	-0.50 a -0.74
Correlación negativa débil	-0.25 a -0.49
Correlación negativa muy débil	-0.10 a -0.24
No existe correlación alguna	-0.09 a +0.09
Correlación positiva muy débil	+0.10 a +0.24
Correlación positiva débil	+0.25 a +0.49
Correlación positiva media	+0.50 a +0.74
Correlación positiva fuerte	+0.75 a +0.89
Correlación positiva muy fuerte	+0.90 a +0.99
Correlación positiva perfecta	1

"El coeficiente de correlación Rho de Spearman de 0.462 y la medida de correlación indican una

correlación positiva débil, y el nivel de significación es menor a 0.05 a 0.000, lo que indica que existe una relación entre las variables. Con base en estos resultados se concluye que: Automotriz Central del Perú S.A.C., Ayacucho 2021, existe una relación directa y significativa entre los costos de venta y los beneficios económicos.

ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

La presente investigación tiene como objetivo general: Determinar la relación entre costo de ventas y rentabilidad en la empresa Automotriz Central del Perú S.A.C., Ayacucho 2021. Se definió el término rentabilidad como la eficiencia de una organización para generar utilidades y retorno sobre la inversión, y su valoración depende de los siguientes ratios: retorno neto sobre ventas, retorno sobre capacidad sobre activos y retorno sobre capital. capacidad de generar ganancias a partir de los propios recursos (Lavalle, 2016). El coeficiente de correlación Rho de Spearman resultante fue de 0,584, lo que indica una correlación positiva media según la medida de correlación.

Encontrando cierta similitud con la investigación de (Fernandez & Filio, 2018). “Los costos y su incidencia en la rentabilidad de la empresa "Claro - Doble S Comunicaciones S.R.L." en la ciudad de Huancayo - año 2016”. La prueba de hipótesis se realiza determinando solo las variables de costo afectadas por el costo del servicio, el costo de ventas y el costo de marketing. Asimismo, se ha comprobado que la variable Rentabilidad afecta la rentabilidad económica, la rentabilidad financiera y las ratios financieras. Finalmente, se presenta un resumen de los hallazgos y conclusiones para determinar las recomendaciones para el estudio.

De acuerdo con el objetivo específico 1: Determinar la relación entre costo de ventas y margen de rentabilidad en la empresa Automotriz Central del Perú S.A.C., Ayacucho 2021. El término margen de beneficio se define y utiliza para medir las presentaciones de una empresa relacionadas con la comercialización, los activos o el capital, y la importancia del resultado puede, según corresponda, proporcionar información de utilidad cuando es alta o razonable. continuar operando. Cuando el indicador muestra un número negativo, representa un mal momento por el

que atraviesa la entidad y se toma como evidencia de que estas situaciones se pueden manejar y cómo se pueden subsanar. (Martínez, 2013). El coeficiente de correlación Rho de Spearman resultante es 0,492, lo que indica una correlación positiva débil según la medida de correlación.

Hay ciertas similitudes con la investigación de (Damas, 2019). “Impacto en Costos de Producción y Utilidades en Empresa Quesera del Distrito de Pomata, Provincia de Chucuit, 2018-2019” Concluyo que las empresas queseras no conocen los costos de producción. Porque tienen una ganancia positiva y negativa sobre la ganancia y afectan la ganancia. Para optimizar costos, debe implementar el formato proporcionado. El precio unitario de Delma es de S/11,15 por un molde de 1.200 kg y S\$7,95 por un molde de 600 kg. El molde de Irulac tiene un precio unitario de 1200 kg S/12,85, el molde de 1300 kg unitario S/13,04, el molde de 1600 kg unitario S/15,83, el molde de 500 kg unitario S/6,59, el molde de 400 kg unitario S/5,26.

En concordancia con el objetivo específico 2: Determinar la relación entre los costos de venta y la rentabilidad financiera de la empresa Automotriz Central del Perú S.A.C., Ayacucho 2021. Teniendo en cuenta la estructura financiera. El coeficiente de correlación Rho de Spearman resultante fue de 0,618, lo que indica una correlación positiva media según la medida de correlación.

Encontrando cierta similitud con la investigación de (Quenta, 2017). “Costo de producción y rentabilidad en la fabricación de cocinas a gas universal en la ciudad de Juliaca, periodos 2014 – 2015”. Concluimos que la determinación del costo unitario de producción para cada producto de estufa de gas de uso general, los datos extraídos de su información de respaldo de ingresos y costos, y la información mediante la aplicación de costos de procesamiento sistemáticos a menudo están muy comprometidos. Para la rentabilidad, la empresa objeto de estudio, a, utilidad neta en base al total de activos, es decir en el año 2014 la empresa de cocinas a gas “Universal” logró una utilidad

del 9,10% y en el 2015 su utilidad aumentó al 9,38% se puede demostrar que Retorno sobre Ventas El retorno sobre ventas fue de 15,47% en 2014 y disminuyó a 14,76% en 2015. Rentabilidad sobre el capital Rentabilidad sobre el capital en 2014 logró un rendimiento sobre el capital del 9,52% en comparación con el 9,88% en 2015, y la rentabilidad sobre los activos totales en 2014, la empresa logró una ganancia de 0,59, 205 aumentó a 0,64. Por lo tanto, las empresas de investigación deben implementar un sistema de costeo proceso por proceso en este estudio. Debido a que su aplicación nos permite determinar los costos unitarios y los diferentes volúmenes de producción, podemos determinar los precios de venta y las ganancias de producción. Para el control de costos, puede conocer su beneficio.

De acuerdo con el objetivo específico 3: Determinar la relación entre los costos de venta y los beneficios económicos en la empresa Automotriz Central del Perú S.A.C., Ayacucho 2021. El beneficio económico se define teóricamente. . Independientemente de la fuente de financiación, el correcto comportamiento de los activos determina si una empresa es económicamente rentable, y así mismo si el problema de falta de rentabilidad se debe al desarrollo de la actividad económica. Déficit de la política fiscal. (Rodríguez, 2011). El coeficiente de correlación Rho de Spearman es 0,462, que está en la escala de correlación, lo que indica una correlación positiva débil.

Encontramos ciertas similitudes con el estudio de (Cayra, 2017). “Costos de producción y rentabilidad de la agricultura de quinua en el estado Azángaro de 2014 a 2015”. Estimo que costos de producción, utilidades, propuestas de sistemas de costos para los productores de quinua de institutos de investigación y comunidades, la Asociación de Productores Agropecuarios encontró que el costo total de producción de Jalapisi, el primer negocio de chimpancés, fue de S/.3,524.00, concluimos que puede indicar Asociación de Productores Orgánicos Granos Andinos San Juan de Dios con un costo total de producción de S/.3,450.00 que generó una facturación de S/.11,000.00

y generó una facturación de S/100,000.00. El costo total de producción de la comunidad de agricultores Macaya Piripirini es de S/1.949,00 lo que genera ingresos por venta de S/2.800,00 y el costo total de producción de la comunidad de agricultores de Asillo Pampa Grande es de S/2.800,00, los 1.870,00 generados se generaron por la venta de S/ 2,400.00. Beneficios Institucionales: La Asociación de Productores Agropecuarios Primer Chimpa Jallapisi presentó un resultado de 312,14% y la Asociación de Productores Orgánicos Granos Andinos San Juan de Dios presentó un resultado de 289,85%, interpretado como superior en la escala de Shepard (2003). , el retorno de la comunidad Macaya Piripirini mostró un resultado de 128,34%, y el de Asillo Pampa Grande mostró un resultado de 143,66%, interpretado como excelente según la escala de Shepherd (2003) y el ciclo efectivo de cada campaña cada año garantizado.

CONCLUSIONES

1. De acuerdo con el objetivo general, se concluyó que el Coeficiente de Correlación de Rho de Spearman es 0.584 y de acuerdo al baremo de correlación indica que existe una correlación positiva media. Por ello se afirma la hipótesis general: Existe una relación significativa y directa entre costo de ventas y rentabilidad en la empresa Automotriz Central del Perú S.A.C., Ayacucho 2021.
2. De acuerdo con el objetivo específico 1, se concluyó que el Coeficiente de Correlación de Rho de Spearman es 0.492 y de acuerdo al baremo de correlación indica que existe una correlación positiva débil. Por ello se afirma la hipótesis específica 1: Existe una relación significativa y directa entre costo de ventas y margen de rentabilidad en la empresa Automotriz Central del Perú S.A.C., Ayacucho 2021.
3. De acuerdo con el objetivo específico 2, se concluye que el Coeficiente de Correlación de Rho de Spearman es 0.618 y de acuerdo al baremo de correlación indica que existe una correlación positiva media. Por ello se afirma la hipótesis específica 2: Existe una relación significativa y directa entre costo de ventas y rentabilidad financiera en la empresa Automotriz Central del Perú S.A.C., Ayacucho 2021.
4. De acuerdo con el objetivo específico 3, se concluyó que el Coeficiente de Correlación de Rho de Spearman es 0.462 y de acuerdo al baremo de correlación indica que existe una correlación positiva débil. Por ello se afirma la hipótesis específica 3: Existe una relación significativa y directa entre costo de ventas y rentabilidad económica en la empresa Automotriz Central del Perú S.A.C., Ayacucho 2021.

RECOMENDACIONES

1. Se sugiere utilizar márgenes de beneficio para determinar y analizar la rentabilidad de una empresa. Esto requerirá que las empresas operen o no aporten capital a terceros en el futuro.
2. Se sugiere Implementar actividades de seguimiento y control incorporadas a un plan que indique claramente fechas, personal, recursos y acciones a realizar para no impactar el desempeño económico de la empresa.
3. Se sugiere desarrollar un plan de capacitación para compartir actividades y temas relacionados con la característica en continuo desarrollo con el fin de retroalimentar a los colaboradores.
4. Se sugiere considerar el tipo y diseño de los estudios piloto, ya que las propuestas de investigación futura con temas comunes ayudan a representar las realidades de las instituciones donde se realizará la investigación.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Borja, E. (2016). *Análisis de los costos de ventas y distribución de los productos de la compañía DISPROSA S.A. para definir estrategias financieras y administrativas para mejorar la rentabilidad. Año 2016*. Ecuador : Universidad Estatal de Milagro .
- Caballero, S. (2016). *Análisis de costos de cultivo de larvas de camarón y su influencia en la rentabilidad de la empresa Maramar S.A.* Ecuador: Universidad Politecnica Salesiana .
- Calderon, J. (2012). *Contabilidad de Costos I*. Lima: jcm. Obtenido de :<https://ebooks.imcp.org.mx/product/contabilidad-decostos-en-industrias-de-transformacin>
- Carvalho, A. (2016). *Organizational Resilience*. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=499151079006>: International Journal of Innovation.
- Cayra, N. (2017). *Costos de Producción y Rentabilidad del Cultivo de Quinua en la Provincia de Azángaro, Periodo 2014 – 2015*. Juliaca: Universidad Andina Nestor Caceres Velasquez.
- Condori, A. (2016). *Costos de distribución y rentabilidad de las empresas dedicadas a la venta de productos celulares en la ciudad de Juliaca año 2013-2014*. Puno: Universidad Nacional del Altiplano.
- Cunha, M. (2017). *Business games: evaluating the financial performance of companies using AHP*. Obtenido de <https://doi.org/10.17648/rsd-v5i4.141>
- Damasco, H. (2019). *El costo de producción y su incidencia en la rentabilidad en las empresas queseras del Distrito de Pomata de la Provincia de Chucuito periodo 2018-2019*. Puno: Universidad Nacional del Altiplano.

- Fernandez, N., & Filio, D. (2018). *Los costos y su incidencia en la rentabilidad de la empresa "Claro - Doble S Comunicaciones SRL." en la ciudad de Huancayo - año 2016*. Huancayo: Universidad Peruana los Andes.
- Garcia, C. (2008). *Dinámica Contabilidad de costos*. Mexico. Obtenido de https://issuu.com/francisastorga/docs/contabilidad_de_costos_3ed_garcia
- Giron, C. (2017). *Desarrollo de un modelo de análisis de rentabilidad y determinación de mezcla óptima de las líneas de la empresa VETAGRO S.A en base al periodo 2017*. Nicaragua : Universidad Americana .
- Gomez, G. (2006). *Sistemas de valuación de inventarios*. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/sistemas-de-valuacion-de-inventarios/>
- Hernandez, R. (2018). *Metodología de la investigacion*. Mexico: McGrawHill.
- Hernandez, R., Fernandez, C., & Baptista, L. (2014). *Metodología de la Investigacion* . Mexico: Mc Graw. Hill 6ta edicion .
- Horgren, C. (2006). *Contabilidad*. Mexico. Obtenido de http://www.facetvirtual.unt.edu.ar/pluginfile.php/28090/mod_resource/content
- Jimenez, L. (2010). *Contabilidad de Costos*. Colombia. Obtenido de <http://www.sanmateo.edu.co/documentos/publicacion-contabilidad-costos.pdf>
- Lavalle, A. (2016). *Análisis financiero*. . Mexico.
- Martinez, H. (2013). *La gestión estratégica de costos en la rentabilidad en las empresas de ensamblaje e instalación de ascensores en lima metropolitana, Año 2012*.
- Oliveros, A. (2015). *Análisis de la influencia del costo de producción y el precio de ventas en la rentabilidad de la UEB Fundición de la empresa Mecánica del Níquel Comandante*

Gustavo Machín Hoed de Beche. Cuba: INTITUTO SUPERIOR MINERO METALURGICO “Dr. Antonio Nuñez Jiménez”.

Osmond, V. (2018). *Los factores de negocio que indican problemas de liquidez.* Obtenido de <https://www.cuidatudinero.com/13119258/los-factores-de-negocio-que-indican-problemas-de-liquidez>

Quenta, L. (2017). *costo de producción y rentabilidad en la fabricación de cocinas a gas universal en la ciudad de Juliaca, periodos 2014 - 2015.* Puno: Universidad Nacional de Altiplano.

Rebollar, S. (2017). *Costos de producción y rentabilidad de la caña de azúcar para fruta (Saccharum officinarum) en una región del Estado de México.* Mexico : Universidad Autónoma del Estado de Morelos.

Rodriguez, J. (2011). *Factores de rentabilidad en lasdecisiones financieras.* Obtenido de <https://www.monografias.com/trabajos72/factores-rentabilidaddecisionesfinancieras/factores-rentabilidad-decisionesfinancieras2.shtml>

Rojas, L. (2011). *Contabilidad de Costos en industrias de transformación manual 2011.* Mexico : Grupo grafico salinas.

Vara, A. (2015). *7 pasos para elaborar una tesis.* Lima: Macro EIRL.

ANEXOS

Anexo 01: Matriz de Consistencia

Costo de ventas y rentabilidad en la empresa Automotriz Central del Perú S.A.C., Ayacucho 2021

Problema general	Objetivo general	Hipótesis general	Variables, Dimensiones	Metodología
¿Cuál es la relación entre costo de ventas y rentabilidad en la empresa Automotriz Central del Perú S.A.C., Ayacucho 2021?	Determinar la relación entre costo de ventas y rentabilidad en la empresa Automotriz Central del Perú S.A.C., Ayacucho 2021.	Existe una relación significativa y directa entre costo de ventas y rentabilidad en la empresa Automotriz Central del Perú S.A.C., Ayacucho 2021.	Variable 1: Costos de ventas Dimensiones: Componentes del costo de ventas Inventario Valuación de inventario Variable 2: Rentabilidad Dimensiones: Margen de rentabilidad Rentabilidad financiera Rentabilidad económica	Tipo de investigación Aplicativa Nivel de investigación Correlacional Diseño No experimental, descriptivo y correlacional - causal Encuesta Instrumentó de investigación Cuestionario Población e muestra Población: 24 colaboradores de la empresa Automotriz Central del Perú S.A.C Muestra: muestra censal – 24 colaboradores de la empresa Automotriz Central del Perú S.A.C Análisis y procesamiento de datos SPSS versión 25 Excel 2016
Problemas específicos	Objetivos específicos	Hipótesis específico		
1. ¿Cuál es la relación entre costo de ventas y margen de rentabilidad en la empresa Automotriz Central del Perú S.A.C., Ayacucho 2021?	1. Determinar la relación entre costo de ventas y margen de rentabilidad en la empresa Automotriz Central del Perú S.A.C., Ayacucho 2021.	1. Existe una relación significativa y directa entre costo de ventas y margen de rentabilidad en la empresa Automotriz Central del Perú S.A.C., Ayacucho 2021.		
2. ¿Cuál es la relación entre costo de ventas y rentabilidad financiera en la empresa Automotriz Central del Perú S.A.C., Ayacucho 2021?	2. Determinar la relación entre costo de ventas y rentabilidad financiera en la empresa Automotriz Central del Perú S.A.C., Ayacucho 2021.	2. Existe una relación significativa y directa entre costo de ventas y rentabilidad financiera en la empresa Automotriz Central del Perú S.A.C., Ayacucho 2021.		
3. ¿Cuál es la relación entre costo de ventas y rentabilidad económica en la empresa Automotriz Central del Perú S.A.C., Ayacucho 2021?	3. Determinar la relación entre costo de ventas y rentabilidad económica en la empresa Automotriz Central del Perú S.A.C., Ayacucho 2021.	3. Existe una relación significativa y directa entre costo de ventas y rentabilidad económica en la empresa Automotriz Central del Perú S.A.C., Ayacucho 2021.		

Anexo 02: Matriz de Operacionalización de Variables

Costo de ventas y rentabilidad en la empresa Automotriz Central del Perú S.A.C., Ayacucho 2021

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensión	Indicadores	Escala de medición	Instru mento
Costos de ventas	Costos de ventas Todo pago o abono de dinero para la adquisición de algún bien o servicio. También menciona que el desembolso económico puede pertenecer a un costo o un gasto. Los desembolsos generados en el proceso de fabricación o asistencia de servicio como sueldos y salarios del grupo de la planta de producción, materias primas, servicios públicos relacionados con el proceso de producción serán costos. (Jimenez, 2010)	Costo de ventas será evaluado a través de las siguientes dimensiones: Componentes del costo de ventas, Inventario, Valuación de inventario.	Componentes del costo de ventas	- Inventario inicial - Compras - Inventario final	Escala de Likert	
			Inventario	- Inventarios periódicos - Inventario perpetuo		
			Valuación de inventario	- PEPS - Costo promedio		
Rentabilidad	Rentabilidad Es la efectividad que tiene una organización, que genera ganancias y beneficios a cambio de lo invertido y su evaluación depende de las siguientes ratios: beneficio neto sobre ventas, rentabilidad sobre el activo y rentabilidad sobre el patrimonio, los mismos que evidencian la capacidad para poder generar	Rentabilidad será evaluado a través de las siguientes dimensiones: Margen de rentabilidad, Rentabilidad financiera, Rentabilidad económica.	Margen de rentabilidad	- Margen bruto de utilidad - Margen de utilidad operacional - Rentabilidad sobre el patrimonio - Rentabilidad sobre inversión - Margen neto de utilidades	5. Totalmente de acuerdo 4. De acuerdo 3. Indiferente 2. En desacuerdo 1. Totalmente en desacuerdo	Cuesti onario

	utilidades en base a sus recursos propios (Lavalle, 2016),		Rentabilidad financiera	<ul style="list-style-type: none"> - Ratio de rentabilidad financiera - Ratio de rotación - Ratio de apalancamiento 		
			Rentabilidad económica	<ul style="list-style-type: none"> - Margen de ventas - Rotación de activo 		

Anexo 03: Matriz de Operacionalización del Instrumento

Costo de ventas y rentabilidad en la empresa Automotriz Central del Perú S.A.C., Ayacucho 2021

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensión	Indicadores	Ítems	Escala de medición	Instrumento
Costos de ventas	Costos de ventas Todo pago o abono de dinero para la adquisición de algún bien o servicio. También menciona que el desembolso económico puede pertenecer a un costo o un gasto. Los desembolsos generados en el proceso de fabricación o asistencia de servicio como sueldos y salarios del grupo de la planta de producción, materias primas, servicios públicos relacionados con el proceso de producción serán costos. (Jimenez, 2010)	Costo de ventas será evaluado a través de las siguientes dimensiones: Componentes del costo de ventas, Inventario, Valuación de inventario.	Componentes del costo de ventas	- Inventario inicial - Compras - Inventario final	1. El inventario inicial da comienzo a las operaciones de costo de ventas de la empresa. 2. La función de compras es un elemento estratégico para la empresa. 3. El inventario final sirve para determinar el costo de venta al final del ejercicio.	Escala de Likert 5. Totalmente de acuerdo 4. De acuerdo 3. Indiferente 2. En desacuerdo 1. Totalmente en desacuerdo	Cuestionario
			Inventario	- Inventarios periódicos - Inventario perpetuo	1. El inventario periódico es determinante para obtener información de las mercaderías en cualquier momento del ejercicio contable 2. El inventario perpetuo es determinante para obtener información relevante de la mercadería en cualquier momento.		
			Valuación de inventario	- PEPS - Costo promedio	3. El método P.E.P.S es consistente con el movimiento físico del inventario para la empresa. 4. El método promedio ponderado es una herramienta para la aplicación del sistema		

					de inventario permanente y valuación de inventario		
Rentabilidad	Rentabilidad Es la efectividad que tiene una organización, que genera ganancias y beneficios a cambio de lo invertido y su evaluación depende de las siguientes ratios: beneficio neto sobre ventas, rentabilidad sobre el activo y rentabilidad sobre el patrimonio, los mismos que evidencian la capacidad para poder generar utilidades en base a sus recursos propios (Lavalle, 2016),	Rentabilidad será evaluado a través de las siguientes dimensiones: Margen de rentabilidad, Rentabilidad financiera, Rentabilidad económica.	Margen de rentabilidad	<ul style="list-style-type: none"> - Margen bruto de utilidad - Margen de utilidad operacion al - Rentabilidad sobre el patrimonio o - Rentabilidad sobre inversión - Margen neto de utilidades 	<p>5. La empresa obtiene rentabilidad sobre el margen bruto de utilidad para hacer frente a los gastos operativos.</p> <p>6. La empresa es rentable sobre sus ventas netas utilizando el margen de utilidad operacional.</p> <p>7. La empresa obtiene rentabilidad si utiliza sus recursos propios.</p> <p>8. La empresa obtiene rentabilidad sobre sus activos totales o inversión propia.</p> <p>9. La empresa tiene rentabilidad del margen neto de utilidad es decir deduciendo todos los gastos incluyendo los impuestos.</p>		
			Rentabilidad financiera	<ul style="list-style-type: none"> - Ratio de rentabilidad financiera - Ratio de rotación - Ratio de apalancamiento 	<p>10. La empresa genera beneficio utilizando sus recursos propios teniendo en cuenta su estructura de financiación</p> <p>11. Utilizando el ratio de rotación de genera el beneficio esperado para la rentabilidad financiera de la empresa</p> <p>12. La empresa obtiene rentabilidad utilizando un</p>		

					apalancamiento financiación por terceros		
			Rentabilidad económica	- Margen de ventas - Rotación de activo	13. La empresa es rentable frente al margen de beneficio sobre cada unidad vendida. 14. La rotación de activos de la empresa recupera activos sobre sus ventas para obtener una rentabilidad económica		

Anexo 04: El Instrumento de Investigación y constancia de su aplicación

UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

Cuestionario

Costo de ventas y rentabilidad en la empresa Automotriz Central del Perú S.A.C.,
Ayacucho 2021

Mediante el presente cuestionario, me presento ante Usted, a fin de que dé respuesta a las preguntas formuladas, esta información relevante servirá para el desarrollo de la tesis titulada: Costo de ventas y rentabilidad en la empresa Automotriz Central del Perú S.A.C., Ayacucho 2021. El que permitirá medir las variables de estudio y probar la hipótesis, por tal propósito acudo a Ud. Para que a pelando a su buen criterio de respuestas con toda honestidad; quedando agradecida (o) por su intervención.

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

Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Indiferente	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
5	4	3	2	1

Variable	N°	Ítems	Respuesta				
			5	4	3	2	1
Costos de venta	01	El inventario inicial da comienzo a las operaciones de costo de ventas de la empresa.					
	02	La función de compras es un elemento estratégico para la empresa.					
	03	El inventario final sirve para determinar el costo de venta al final del ejercicio.					
	04	El inventario periódico es determinante para obtener información de las mercaderías en cualquier momento del ejercicio contable					
	05	El inventario perpetuo es determinante para obtener información relevante de la mercadería en cualquier momento					

	06	El método P.E.P.S es consistente con el movimiento físico del inventario para la empresa.					
	07	El método promedio ponderado es una herramienta para la aplicación del sistema de inventario permanente y valuación de inventario					
	08	La empresa obtiene rentabilidad sobre el margen bruto de utilidad para hacer frente a los gastos operativos.					
Rentabilidad	09	La empresa es rentable sobre sus ventas netas utilizando el margen de utilidad operacional.					
	10	La empresa obtiene rentabilidad si utiliza sus recursos propios.					
	11	La empresa obtiene rentabilidad sobre sus activos totales o inversión propia.					
	12	La empresa tiene rentabilidad del margen neto de utilidad es decir deduciendo todos los gastos incluyendo los impuestos.					
	13	La empresa genera beneficio utilizando sus recursos propios teniendo en cuenta su estructura de financiación					
	14	Utilizando el ratio de rotación de genera el beneficio esperado para la rentabilidad financiera de la empresa					
	15	La empresa obtiene rentabilidad utilizando un apalancamiento o financiación por terceros					
	16	La empresa es rentable frente al margen de beneficio sobre cada unidad vendida.					
	17	La rotación de activos de la empresa recupera activos sobre sus ventas para obtener una rentabilidad económica					

Gracias por su colaboración

Anexo 05: Confiabilidad y validez del instrumento

a. Confiabilidad del instrumento

Así también para la fiabilidad del instrumento se empleó la prueba de Alfa de Cronbach, a fin de medir la consistencia interna de los ítems analizados. Donde el coeficiente de confiabilidad es 0,972 ósea $0.972 > 0.80$; significa que el instrumento tiene una alta confiabilidad por lo tanto es aplicable.

Análisis de Fiabilidad

Alfa de Cronbach	N.º de elementos
,972	17

Se puede evidenciar que el instrumento no se excluyeron ningún caso, a nivel de fiabilidad cuenta con un valor de 0.972, que, de acuerdo a la escala de confiabilidad, se considera como una fiabilidad significativa, esto quiere decir que existe consistencia interna entra los ítems del instrumento.

b. Validez del instrumento

JUICIO DE EXPERTO

I. DATOS GENERALES:

Apellidos y Nombre del Experto Validador	DNI	Grado o Título del Experto Validador	Autor/es del Instrumento
Coronel Cajchaya Alejandro Clever	29677761	Contador Publico Colegiado	Bach. Mercado Cuadris Yeny Rosalinda Bach Flores Miranda Janet Benjamina

II. TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN

COSTO DE VENTAS Y RENTABILIDAD EN LA EMPRESA AUTOMOTRIZ CENTRAL DEL PERÚ S.A.C., AYACUCHO 2021

III. ASPECTOS DE VALIDACIÓN DE LOS INSTRUMENTOS:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente %					Regular %					Buena %					Muy Buena %					Excelente %							
		0-5	6-10	11-15	16-20	21-25	26-30	31-35	36-40	41-45	46-50	51-55	56-60	61-65	66-70	71-75	76-80	81-85	86-90	91-95	96-100								
1 CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado.											X																	
2 OBJETIVIDAD	Esta expresado en capacidades observables.													X															
3 ACTUALIDAD	Es tema de estos tiempos.											X																	
4 ORGANIZACIÓN	Existe un orden lógico.											X																	
5 SUFICIENCIA	Cumplido la planitud investigada.											X																	
6 INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar el tema.											X																	
7 CONSISTENCIA	Basado en aspectos teorico científicos.												X																
8 COHERENCIA	Relaciona variables, dimensiones.												X																
9 METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito de la investigación.												X																
TOTAL PARCIAL												X																	
TOTAL												X																	

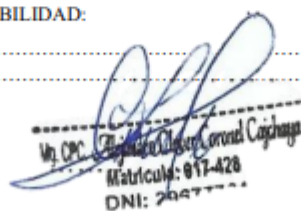
IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN (PV):

PV = 58%

V. OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

.....

.....


 W. CPC. Alejandro Clever Coronel Cajchaya
 Matrícula: 817-428
 DNI: 29677761

JUICIO DE EXPERTO

I. DATOS GENERALES:

Apellidos y Nombre del Experto Validador	Grado o Título del Experto Validador	DNI	Autor/es del Instrumento
Molero Narvaez Nelson Varo	Contador Publico Colegiado	28315886	Bach. Mercado Cuadris Yeny Rosalinda Bach Flores Miranda Janet Benjamina

II. TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN

COSTO DE VENTAS Y RENTABILIDAD EN LA EMPRESA AUTOMOTRIZ CENTRAL DEL PERÚ S.A.C., AYACUCHO 2021

III. ASPECTOS DE VALIDACIÓN DE LOS INSTRUMENTOS:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente %					Regular %					Bueno %					Muy Bueno %					Excelente %				
		0-5	6-10	11-15	16-20	21-25	26-30	31-35	36-40	41-45	46-50	51-55	56-60	61-65	66-70	71-75	76-80	81-85	86-90	91-95	96-100					
1 CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado.												X													
2 OBJETIVIDAD	Esta expresado en capacidades observables.												X													
3 ACTUALIDAD	Es tema de estos tiempos.											X														
4 ORGANIZACIÓN	Existe un orden lógico.											X														
5 SUFICIENCIA	Comprende la plenitud investigado.											X														
6 INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar el tema.											X														
7 CONSISTENCIA	Basado en aspectos teórico científicos.											X														
8 COHERENCIA	Relaciona variables, dimensiones.											X														
9 METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito de la investigación.											X														
TOTAL PARCIAL												X														
TOTAL													X													

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN (PV):

PV = 58%

V. OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

.....

.....


 Nelson Varo Molero Narvaez
 CONTADOR PÚBLICO COLEGIADO
 MAT. 017-0197

JUICIO DE EXPERTO

I. DATOS GENERALES:

Apellidos y Nombre del Experto Validador	DNI	Grado o Título del Experto Validador	Autor/es del Instrumento
Torres Alva Vicente Luis	19809370	Magister en Gestión Pública	Bach. Mercado Cuadris Yeny Rosalind Bach Flores Miranda Janet Benjamina

II. TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN

COSTO DE VENTAS Y RENTABILIDAD EN LA EMPRESA AUTOMOTRIZ CENTRAL DEL PERÚ S.A.C., AYACUCHO 2021

III. ASPECTOS DE VALIDACIÓN DE LOS INSTRUMENTOS:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente %					Regular %					Bueno %					Muy Bueno %					Excelente %					
		0	5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	96	97	98	99	100	
1 CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado.													X													
2 OBJETIVIDAD	Está expresado en capacidades observables.												X														
3 ACTUALIDAD	Es tema de estos tiempos.											X															
4 ORGANIZACIÓN	Existe un orden lógico.											X															
5 SUFFICIENCIA	Cubre la totalidad investigada.											X															
6 INTENCIONALIDAD	Adecuado para valor el tema.											X															
7 CONSISTENCIA	Fundado en aspectos teórico-científicos.											X															
8 COHERENCIA	Relaciones variables, dimensiones.											X															
9 METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito de la investigación.											X															
TOTAL PARCIAL												X															
TOTAL																											

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN (PV):

PV = 57%

V. OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

.....


 Mg. Vicente Luis TORRES ALVA

Anexo 06: La data de procesamiento de datos

P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
4	3	3	3	5	3	3	4	4	3	4	3	4	3	2	3	3
3	2	4	4	3	2	5	3	5	3	3	4	3	2	3	2	2
3	4	4	4	4	4	4	3	5	2	3	4	3	2	3	2	2
4	3	3	3	5	3	3	4	4	3	4	3	4	3	2	3	3
3	2	4	3	3	2	5	3	5	3	4	4	3	3	3	2	3
2	1	5	5	3	5	2	2	3	4	5	5	2	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	4
3	2	4	4	4	2	4	3	5	2	3	4	3	2	3	2	2
3	2	4	4	3	2	5	3	5	3	3	4	3	2	3	2	3
3	4	2	2	3	4	4	2	3	4	5	2	2	4	4	4	4
3	3	3	3	5	3	3	3	4	3	4	3	3	3	2	3	3
4	3	3	3	5	3	3	4	4	3	4	3	4	3	2	3	3
3	2	3	3	3	2	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3
4	3	3	3	5	3	3	4	4	3	4	3	4	3	2	3	3
3	2	4	4	4	2	5	3	5	2	3	4	3	2	3	2	2
4	3	3	3	5	3	3	4	4	3	4	3	4	3	2	3	3
3	4	2	2	4	4	4	2	3	4	3	2	2	4	4	4	2
2	1	5	5	3	5	2	2	3	4	5	5	2	4	4	4	4
4	3	3	3	5	3	3	4	4	3	4	3	4	3	2	3	3
3	4	2	4	4	4	4	3	5	2	3	2	3	2	3	3	2
3	4	2	2	4	4	4	3	5	4	3	2	3	2	3	4	2
4	3	3	3	5	3	3	4	4	3	4	3	4	3	2	3	3

Anexo 07: Consentimiento informado



CONSENTIMIENTO INFORMADO

Información:

La presente investigación es conducida por los bachilleres: MERCADO CUADROS, Yeny Rosalinda y FLORES MIRANDA, Janet Benjamina, de la Universidad Peruana Los Andes. El propósito del estudio es recoger información acerca del tema: **COSTO DE VENTA Y RENTABILIDAD EN LA EMPRESA AUTOMOTRIZ CENTRAL DEL PERU SAC, AYACUCHO 2021**. Si Ud. accede a participar en este estudio, se le pedirá responder preguntas en una encuesta. Esto tomara aproximadamente 15 minutos de su tiempo.

La participación en este estudio es estrictamente voluntaria. La información que se recoja será confidencial y no se usara para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación. Sus respuestas al cuestionario serán codificadas usando un número de identificación y por lo tanto, serán anónimas. Una vez transcrita sus respuestas se destruirán.

Si tiene alguna duda de este proyecto, puede hacer preguntas en cualquier momento durante su participación en el. Igualmente, puede retirarse del proyecto en cualquier momento sin que eso lo perjudique en ninguna forma. Si alguna de las preguntas durante el acto le parece incomodas, tiene Ud. El derecho de hacerlo saber al investigador de no responderlas.

Desde ya le agradecemos su participación.

Aceptación:

Acepto participar voluntariamente en esta investigación, conducida por los bachilleres: MERCADO CUADROS, Yeny Rosalinda y FLORES MIRANDA, Janet Benjamina. He sido informado del propósito de trabajo de investigación.

Reconozco que la información que yo provea en el trabajo de esta investigación es estrictamente confidencial y no ser usada para ningún otro propósito fuera de los de este estudio sin mi consentimiento. He sido informado de que puedo hacer preguntas sobre el proyecto en cualquier momento y que puedo retirarme del mismo cuando así lo decida, sin que esto acarree perjuicio alguno para mi persona.

Entiendo que una copia de esta ficha de consentimiento me será entregada, y que puedo pedir información sobre los resultados de este estudio cuando este haya concluido. Para esto puedo contactar a los bachilleres: MERCADO CUADROS, Yeny Rosalinda y FLORES MIRANDA, Janet Benjamina.

AUTOMOTRIZ CENTRAL DEL PERU S.A.C.
 Miguel Cruz Medina
 GERENTE COMERCIAL

Anexo 08: Fotos de la aplicación del instrumento







