

**UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO**

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y ADMINISTRATIVAS

**ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS CONTABLES**



**TESIS**

**DETERMINACION DEL COSTO DE VALOR AGREGADO EN  
PRENDAS DE VESTIR EN LAS EMPRESAS DEL MERCADO**

**BELLAVISTA DE LA CIUDAD DE PUNO**

**PRESENTADA POR:**

**TEOFILO CESAR CRUZ HUARANCCA**

**PARA OPTAR EL TITULO PROFESIONAL DE**

**CONTADOR PÚBLICO**

**PUNO**

**-**

**PERÚ**

**2017**

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y ADMINISTRATIVAS  
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS CONTABLES

DETERMINACION DEL COSTO DE VALOR AGREGADO EN PRENDAS DE VESTIR EN LAS EMPRESAS DEL MERCADO BELLAVISTA DE LA CIUDAD DE PUNO

PRESENTADA POR:

TEOFILO CESAR CRUZ HUARANCCA

PARA OPTAR EL TITULO PROFESIONAL DE  
CONTADOR PÚBLICO



APROBADO POR:

PRESIDENTE JURADO

Dr. RAUL ANCHAPURTCANAZA

PRIMER JURADO:

Dra. AMPARO CATRACORA PEÑARANDA

SEGUNDO JURADO:

Msc. OMAR J. QUISPE CHOQUE

DIRECTOR DE TESIS :

Msc. MARCO E. CONDORI ONOFRE

Fecha de Sustentación

19-01-2017

Línea de Investigación

Costos de producción y servicios

Tema de Investigación

Costo de Valor Agregado

## DEDICATORIA

**A DIOS:** Por ser el creador de la sabiduría y el entendimiento que me permite alcanzar una meta más en mi vida.

**A LA VIRGEN MARIA DE LA CANDELARIA:** Madre y fuente de inspiración.

**A MIS PADRES Y HERMANOS:** por el inmenso apoyo incondicional, en mi formación profesional.

**A MI ESPOSA YENI VILCA, A MI HIJO FABRIZIO CRUZ:** que son mi razón de vivir, quienes me supieron comprender y apoyar en el proceso de mi formación Profesional.

**A MIS PROFESORES:** Con mucho cariño y eterno agradecimiento por el apoyo incondicional y acertada orientación en todos los temas tratados durante el desarrollo de mis estudios que han hecho posible la culminación de esta primera etapa de mi vida profesional.

## AGRADECIMIENTO

Mi sincero agradecimiento a todos los docentes de la Facultad de Ciencias Contables y Administrativas de la Universidad Nacional del Altiplano, quienes supieron orientarme acertadamente, durante mi formación profesional.

Mis reconocimientos sinceros al Msc. MARCO E. CONDORI ONOFRE, por su valiosa dirección en la ejecución del presente trabajo de Investigación.

Al personal Administrativo de la Facultad de Ciencias Contables y Administrativas, quienes me apoyaron en todo instante en la medida de sus posibilidades, para la presentación del presente trabajo de Investigación.

A mis compañeros de estudios de la Facultad de Ciencias Contables y Administrativas de la UNA-PUNO, al personal de las empresas comerciales del Mercado Bellavista de la ciudad de Puno, quienes en cada momento supieron brindarme información valiosa y apoyo moral.

## AUTOR

## INDICE

	Pág.
<b>DEDICATORIA</b>	i
<b>AGRADECIMIENTO</b>	ii
<b>R E S U M E N</b>	ix
<b>INTRODUCCION</b>	xii
<b>CAPITULO I</b>	1
<b>DETERMINACION DEL COSTO DE VALOR AGREGADO EN PRENDAS DE VESTIR EN LAS EMPRESAS DEL MERCADO BELLAVISTA DE LA CIUDAD DE PUNO</b>	1
1.1 Planteamiento del problema objeto del estudio	1
1.2 Definicion del problema	2
1.3 importancia y justificacion del estudio	2
1.4 Limitaciones de investigación	4
1.5 Objetivos:	5
1.5.1 Objetivo General.	5
1.5.2 Objetivos Específicos.	5
1.6 Antecedentes:	5
<b>CAPITULO II</b>	8
<b>MARCO TEORICO, MARCO CONCEPTUAL E HIPOTESIS DE LA INVESTIGACIÓN</b>	8
2.1 Marco teorico	8
2.2 Marco conceptual	20
2.3 Hipotesis y variables:	22
2.3.1 Hipótesis General	22
2.3.2 Hipótesis Específicas	23
2.3.3 Variables:	23
	iii

2.4	Utilidad de los resultados del estudio:	23
<b>CAPITULO III</b>		25
<b>METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN</b>		25
3.1	Metodos y tecnicas de investigacion.-	25
3.2	Tipo de investigacion:	26
3.3	Poblacion y muestra:	26
3.3.1	Descripción de la muestra.	28
3.4	Tecnica de recoleccion de datos	29
3.5	Revision de documentos	29
3.6	Observacion directa	30
3.7	Entrevistas personales	30
3.8	Procesamiento de datos	30
3.9	Caracteristicas del area de investigacion.	31
3.9.1	Ubicación del Estudio	31
3.9.2	Ubicación Geográfica	31
<b>CAPITULO IV</b>		33
<b>RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN</b>		33
4.1	Determinacion del costo de lista adiciones al costo de lista y deteminacion del costo unitario por producto:	33
<b>CAPITULO V</b>		48
<b>ANALISIS Y RESULTADOS</b>		48
5.1	Exposicion y analisis de los resultados	48
5.2	Determinacion de los costos de distribucion segun las empresas en estudio:	48
5.3	Analisis economico financiero y rentabiliad de las empresas dedicadas a la comercializacion de prendas de vestir.	50
5.4	Análisis de punto de equilibrio de las empresas comerciales dedicadas a la compra y venta de prendas de vestir:	53

5.4.1	Punto de Equilibrio	53
5.5	Contrastacion de los objetivos con las hipotesis	55
	<b>CONCLUSIONES</b>	56
	<b>RECOMENDACIONES</b>	58
	<b>BIBLIOGRAFIA</b>	59
	<b>ANEXOS</b>	62

## INDICE DE CUADROS

	Pág.
<b>CUADRO 1:</b> Hoja de costo de comercialización de casacas talla normal de: Armengol Quispe Quispe .....	34
<b>CUADRO 2:</b> Hoja de costo de comercialización de casacas cordoroy para damas talla normal de: Armengol Quispe Quispe. ....	35
<b>CUADRO 3:</b> Hoja de costo de comercialización de pantalones Pioner para varones talla normal de: Armengol Quispe Quispe. ....	36
<b>CUADRO 4:</b> Hoja de costo de comercialización de casacas talla normal de: Marizol Yeni Vilca Gutierréz. ....	37
<b>CUADRO 5:</b> Hoja de costo de comercialización de casacas cordoroy para damas talla normal de: Marizol Yeni Vilca Gutiérrez. ....	38
<b>CUADRO 6:</b> Hoja de costo de comercialización de pantalones Pioner para varones de: Marizol Yeni Vilca Gutiérrez. ....	39
<b>CUADRO 7:</b> Hoja de comercialización de casacas para varones talla normal de: Juan Luis Condori Gil. ....	40
<b>CUADRO 8:</b> Hoja de comercialización de casacas cordoroy para damas talla normal de: Juan Luis Condori Gil. ....	41
<b>CUADRO 9:</b> Hoja de costo de comercialización de pantalones Pioner para varones talla normal de: Juan Luis Condori Gil. ....	42
<b>CUADRO 10:</b> Resumen de hoja de costo unitario por las Empresas en el año 2015 por producto. ....	43
<b>CUADRO 11:</b> Resumen de costo unitario obtenido por las Empresas en el año 2016 por producto. ....	43

<b>CUADRO 12:</b> Resumen de precio de venta unitario calculado por las Empresas en el año 2015 por producto. ....	44
<b>CUADRO 13:</b> Resumen de precio de venta unitario calculado por las Empresas en el año 2016 por producto. ....	45
<b>CUADRO 14:</b> Resumen de unidades compradas y vendidas por las Empresas en el año 2015 por producto. ....	46
<b>CUADRO 15:</b> Resumen de unidades compradas y vendidas por las Empresas en el año 2016 por producto. ....	46
<b>CUADRO 16:</b> Resumen del costo de comercialización total realizado por las Empresas en el año 2015 por producto. ....	49
<b>CUADRO 17:</b> Resumen de comercialización total realizado por las Empresas en el año 2016 por producto. ....	49
<b>CUADRO 18:</b> Resumen de la rentabilidad de las empresas. ....	50

## INDICE DE ANEXOS

	Pagina
<b>Anexo 1:</b> Hoja de Encuesta.....	62
<b>Anexo 2:</b> Resumen del costo de comercialización total realizado por las .....	64
<b>Anexo 3:</b> Resumen del costo de comercialización total realizado por las .....	64
<b>Anexo 4:</b> Resumen de precio de venta total realizado por las Empresas .....	64
<b>Anexo 5:</b> Resumen de precio de venta total realizado por las Empresas .....	65
<b>Anexo 6:</b> Balance General al 31 de diciembre de la Empresa en estudio de: Armengol Quispe Quispe. ....	65
<b>Anexo 7:</b> Balance General al 31 diciembre de la Empresa en estudio de: Marizol Yeni Vilca Gutiérrez. ....	66
<b>Anexo 8:</b> Balance General al 31 de diciembre de la Empresa en estudio de: Juan Luis Condori Gil.....	67
<b>Anexo 9:</b> Estado de resultados al 31 de diciembre del año.....de: Armengol Quispe Quispe. ....	68
<b>Anexo 10:</b> Estado de resultados al 31 de diciembre del año..... de: Marizol Yeni Vilca Gutiérrez. ....	69
<b>Anexo 11:</b> Estado de resultados al 31 de diciembre del año..... de: Juan Luis Condori Gil. ....	70
<b>Anexo 12:</b> Análisis de los coeficientes financieros de las Empresas en estudio .....	71

## RESUMEN

En el desarrollo del presente Trabajo de Investigación titulado: **"DETERMINACION DEL COSTO DE VALOR AGREGADO EN PRENDAS DE VESTIR EN LAS EMPRESAS DEL MERCADO BELLAVISTA DE LA CIUDAD DE PUNO"**, se ha tomado como muestra a una población de 04 empresas que tienen distintas características de organización y trabajo los mismos, que operan dentro de la ciudad de Puno Provincia de Puno, departamento de Puno.

El objetivo principal del trabajo de Investigación es determinar los costos y la rentabilidad de las empresas en estudio, para tal efecto se ha utilizado como Materiales y Métodos análisis de los documentos fuentes en la determinación de los costos de comercialización de los diferentes productos, así mismo se tomó en cuenta los estados financieros de los años 2015 y 2016 de los cuatro grupos de empresas en estudio como son: El balance general y el estado de resultados, aplicando para ello el análisis por medio de la aplicación de los métodos de ratios Financieros en base a la ejecución de las fórmulas matemáticas y funciones financieras.

En la evaluación de los objetivos se utilizaron el método deductivo e inductivo, los cuales nos han permitido evaluar la problemática de las empresas en estudio, que lo hemos extraído en base a sus estados financieros, y las informaciones recopiladas de la misma fuente, que han sido bastante limitados para obtener la información necesaria por manejar estas empresas los datos muy confidenciales.

Es así que luego de la información obtenida y debidamente sistematizada en las empresas dedicadas en la comercialización de prendas de vestir, cuyos resultados se encuentran determinadas en el cuadro No 31 referentes a

rentabilidad costos unitarios de los productos A, B, C y D denominados Casacas para varones talla Normal, Casacas Corderoy para damas talla normal y pantalones pioner para varones talla normal registrados en los cuadros Nos 10 al 17 y las ventas en los cuadros 18 y 19

Estos resultados económicos y determinación de los costos corresponden a los años de 2015 y 2016.

Por otra parte se ha determinado que estas empresas tienen como centro de distribución y comercialización la ciudad de Puno. Se ha observado también que los empresarios inversionistas en esta actividad de comercialización de prendas de vestir, no toman muy en cuenta los resultados de los estados financieros ni sus costos de comercialización, para la toma de decisiones.

Estos resultados fueron obtenidos en función a las encuestas, tabulación de los cuadros, los mismos que han sido llevados a un análisis del costo diario, mensual, y anual, con realización de las operaciones matemáticas y método de Investigación Inductivo y deductivo.

Las hipótesis planteadas que se encuentra en la página 46 y su contrastación en la página 94, podemos mencionar que las inversiones generaron buenos resultados económicos, así como con el manejo de los costos mínimos de las empresas dedicadas a la actividad de comercialización de prendas de vestir es posible recuperar sus inversiones a corto y mediano plazo.

Para ello se utilizaron métodos y técnicas de investigación deductivo, encuestas, descriptivo y interpretación de los resultados, cuya estructura de trabajo se muestran detallados en los siguientes capítulos:

Capítulo I: Este capítulo está referido al Planteamiento del problema, antecedentes de la investigación y objetivos del estudio

Capítulo II: El cual está referido a las fuentes teóricas en las que se basó el estudio, mediante el marco teórico y conceptual, utilizados en el proceso de investigación finalmente, la hipótesis del estudio.

Capítulo III: Detalla la metodología utilizada en el presente trabajo de investigación, enfocado en la obtención de resultados, con el fin brindar una solución al problema planteado.

Capítulo IV: Esta referido a las características del área de investigación: finalidad y localización de la Institución

Capítulo V: Detalla la investigación realizada, exposición y análisis de los resultados, en base a los datos recolectados, utilizando las técnicas de investigación planteadas. Finalmente en base a los resultados obtenidos en la investigación se formulan las conclusiones que a su vez son fuente para generar recomendaciones las cuales conllevan a mejorar la calidad de servicio de la empresa.

**Palabras claves:** Compra, Venta, Costo, Comercialización, Organización, Administración, proceso de adquisición, Rentabilidad, Estados Financieros.

## INTRODUCCION

Siendo la comercialización una actividad importante especialmente en la ciudad de Puno que cuenta con muchas empresas comerciales de diferentes productos es lo que permite que las empresas comercializadoras se mantengan permanentemente en el mercado permitiendo mayor desarrollo local y regional, por tanto su disminución en la comercialización afectaría directamente a los consumidores establecimientos o empresas dedicadas a esta actividad.

Por lo que a través del presente trabajo de investigación se orienta a los Inversionistas o empresarios del sector de comercialización presentar una buena y adecuada organización empresarial, conocimiento y manejo de sus costos de Inversión de capitales, recuperación de los mismos traducidos en una rentabilidad real, mejorando la calidad de servicio en la presentación y el buen uso acorde a las nuevas políticas y estrategias de visión empresarial y de modernidad.

Se hace referencia que en el Departamento de Puno especialmente en la Provincia de Puno falta una adecuada sistematización de comercio, promoción y divulgación, a esto se suma la falta de una buena red de comunicaciones expresadas en mejoramiento de Comercialización y distribución.

Por otro lado se observa que el Gobierno Local no presta ninguna atención por velar los intereses económicos de la región para su mejora debiendo apoyar con otorgamiento de facilidades para su crecimiento de estas empresas.

## **CAPITULO I**

### **DETERMINACION DEL COSTO DE VALOR AGREGADO EN PRENDAS DE VESTIR EN LAS EMPRESAS DEL MERCADO BELLAVISTA DE LA CIUDAD DE PUNO**

#### **1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA OBJETO DEL ESTUDIO**

El presente trabajo de Investigación, denominado "DETERMINACION DEL COSTO DE VALOR AGREGADO EN PRENDAS DE VESTIR EN LAS EMPRESAS DEL MERCADO BELLAVISTA DE LA CIUDAD DE PUNO" se ha realizado tomando en consideración las fuentes que demandan gastos operativos en la venta de productos de prendas de vestir, constituidos por fletes, envases embalajes, viáticos, alojamiento, alimentación, remuneraciones y otros que son necesarios para determinar el costo de distribución y rentabilidad de las empresas del Mercado Bellavista e la ciudad de Puno.

En este sentido, distribución de productos debe satisfacer las expectativas del empresario, en la obtención de utilidades y satisfacer la demanda del mercado.

El aspecto del manipuleo de productos de prendas de vestir en la comercialización constituye una parte del costo del producto, que viene a constituir el valor agregado al producto.

En nuestro departamento, concretamente en la ciudad de Puno la mayoría de los empresarios de productos terminados no disponen de un adecuado control de costos de distribución. El conocimiento de dichos costos permitiría, a quienes deseen optar por esta forma, tener una información adecuada acerca de las erogaciones que realizan en la distribución para obtener una rentabilidad adecuada para poder competir en el mercado de libre competencia en la que nos encontramos actualmente en nuestro País.

## **1.2 DEFINICION DEL PROBLEMA**

A la culminación del presente trabajo de Investigación, se trató de responder a las siguientes interrogantes:

- ¿Cómo influyen los costos de distribución de los productos terminados en la comercialización de prendas de vestir, en la ciudad de Puno y cuál es su rentabilidad?
- ¿Cuál es el punto de equilibrio en la oferta y demanda de los productos terminados para no ganar ni perder?

## **1.3 IMPORTANCIA Y JUSTIFICACION DEL ESTUDIO**

Con el resultado del presente trabajo de Investigación se pretende determinar cuál es el costo de los gastos de distribución de productos terminados para luego incentivar a los empresarios mantener su permanencia en el mercado de libre competencia.

Por otra parte se desea contribuir al mejor conocimiento de los costos de distribución y/o comercialización y rentabilidad de productos terminados de las empresas distribuidoras de prendas de vestir en el mercado Bellavista.

Finalmente el presente trabajo servirá, a los empresarios dedicados a la actividad de comercialización de prendas de vestir el costo de distribución y/o

Comercialización, para ampliar sus conocimientos sobre los costos de distribución y proyectar su rentabilidad, También podrá servir a aquellas personas que están interesadas en desarrollar actividades futuras en este tipo de empresas.

Los resultados del presente Trabajo de Investigación será orientado a los inversionistas o empresarios del sector, comercial, para presentar una buena y adecuada organización empresarial, conocimiento y manejo Administrativo de proyectos de inversión de capitales, recuperación de los mismos traducidos en rentabilidad real, mejorando la calidad integral en la prestación de servicios acorde a las nuevas políticas y estrategias de visión empresarial.

Por tanto la solución progresiva de los problemas de las empresas comercializadoras, en Inversiones, comunicaciones y otros solucionan a los problemas sociales, con la participación del Estado con inversión de capitales, de esta manera se estará impulsando el desarrollo Regional de los pobladores de la ciudad de Puno, generado especialmente por el comercio.

El principal objetivo del presente trabajo de investigación es demostrar que las empresas, comerciales no evalúan su sistema de rentabilidad de sus inversiones de capital a través de los Estados Financieros que obtienen cada fin de año con la finalidad de determinar su capacidad financiera, para la toma de decisiones, planeación y control. Para ello deben contar con Presupuestos de Ingresos y Gastos, Manual de Organización y Funciones, estudios de pre-factibilidad y factibilidad (Proyectos).

El resultado del análisis e interpretación de los Estados Financieros, muestra la capacidad financiera, su rentabilidad de las empresas, como instrumentos de valuación llamados Estado de situación financiera y, Estado de resultados.

#### 1.4 LIMITACIONES DE INVESTIGACIÓN

Las principales limitaciones que se presentaron en la ejecución del presente trabajo de Investigación son los siguientes:

- La principal limitación que se tiene en la ejecución del presente trabajo de Investigación es la de no contar con la información suficiente sobre costos de distribución de productos terminados de prendas de vestir en la ciudad de Puno.
- Ante la inmensa cantidad de empresas comerciales dedicadas a la actividad de compra y venta de prendas de vestir existentes en las diferentes ciudades en nuestro departamento y frente a la poca información que se puede obtener de sus propietarios será necesario utilizar diferentes técnicas de información para obtener datos para ello será necesario aplicar técnicas tales como entrevistas, encuestas y/o otras formas a los empresarios, en la ciudad de Puno.
- Falta de una adecuada organización y sistemas de aplicación de costos y rentabilidad para verificar los mismos, en las pequeñas empresas existentes.
- Limitadas y parciales Investigaciones realizadas en costos de comercialización así como de la rentabilidad en las empresas de existentes de nuestro departamento.
- Limitado acceso a la obtención de los Estados Financieros de las Empresas en estudio por ser datos muy confidenciales.

## 1.5 OBJETIVOS:

### 1.5.1 *Objetivo General.*

Determinar los costos de distribución y/o comercialización y rentabilidad de las empresas dedicadas a la comercialización de prendas de vestir en la ciudad de Puno, los mismos que servirán como principales indicadores para establecer costos reales de comercialización y distribución.

### 1.5.2 *Objetivos Específicos.*

1. Determinar los costos de Distribución y/o Comercialización de productos de prendas de vestir en la ciudad de Puno, la misma que permitirá establecer un adecuado precio en la Comercialización y distribución de sus productos terminados.
2. Aplicación de Instrumentos de Administración para establecer el punto de equilibrio, en función a la oferta y demanda de los productos de comercialización permitiendo determinar el volumen de compras y ventas.
3. Eficiente aplicación de costos para determinar la rentabilidad que se obtiene después de los valores agregados al producto antes de su comercialización a efectos de tener una información real para la toma de decisiones en la fijación de precios.

## 1.6 ANTECEDENTES:

Los trabajos de investigación realizados en la Facultad de Ciencias Contables y Administrativas y de Facultad de Ingeniería Económica de la Universidad Nacional del Altiplano que obran en la Biblioteca especializada son las siguientes:

**A. Tesis:** "Análisis de los Estados Financieros de Cuatro Empresas de Puno".

**AUTOR: Aurelio Francisco Bueno Soto Tesis UNA.PUNO**

CONCLUSIONES:

1. Para determinar la situación real de una empresa económica es imprescindible el análisis del Balance mediante la aplicación de ratios que relacionen diferentes cuentas.
2. Si se corrigieran los Estados financieros mediante la aplicación del índice general de los precios y la reevaluación de Activo fijo el Frigorífico de Cabanillas resulta teniendo Patrimonio debido al cuantioso valor de sus activos fijos mostrando su insolvencia a corto a mediano i largo plazo no tiene respaldo financiero, si es que la evaluación se realiza con datos Históricos.

**B. Tesis:** "Instalación de la planta Industrial para la Fabricación de Ladrillos en Juliaca.

**AUTOR: Yopez Laime. Jacinto Guillermo (1999)**

1. Al formular el costo se debe agrupar los gastos indirectos en los centros de costos auxiliares, que posteriormente se distribuyen en los centros de costos principales tomando como base de Distribución el Área del terreno, el plan Salarial, el porcentaje de servicio que presta el laboratorio, y los KWH consumidos en cada proceso.
2. Lo más importante del proyecto es la rentabilidad que lo hace factible; se ha determinado una rentabilidad sobre ventas del 11% sobre la inversión de 18.51%, sobre el Capital propio del 61.73% y un retorno de Capital de 5.4 años.

**C. Tesis:** "Análisis de determinación de Costo de Producción Artesanal en la Rama de tejidos de Punto de chompas en la Población Campesina de Puno"

**AUTOR:** Mollocondo Ponce Juana (2002)

1. Así mismo aseverar la existencia de varios trabajos referente a costo y rentabilidad pero que son distintos, al contenido del presente, puesto que relacionamos por primera vez el comportamiento en el proceso de comercialización de productos comerciales entre los macro y pequeños empresarios, en este tipo de negocios en la ciudad de Puno.
2. Las grandes y pequeñas empresas comerciales en el departamento de Puno, afronta serios problemas que no permiten un desarrollo sostenido. La comercialización constantemente enfrenta problemas de mercado, precios, abastecimiento de productos, los niveles comerciales desventajosos, han generado un paulatino proceso de estancamiento del comercio.
3. El proceso de comercialización en nuestra región se debe a la falta de incentivos y apoyo en sus diversas formas, agudizado por la pésima dirección de la política, Económico-financiero, provocando de esta manera el estancamiento del movimiento comercial: a esto se suma la falta de capacitación técnica que refuerce y tiende a generar mayores niveles de valor agregado.

## CAPITULO II

### MARCO TEORICO, MARCO CONCEPTUAL E HIPOTESIS DE LA INVESTIGACIÓN

#### 2.1 MARCO TEORICO

##### EMPRESA.-

La empresa ha venido a configurarse debido a las necesidades materiales del hombre, como la acción individual o colectiva en la evolución económica se presenta como una persona natural o como la reunión de varias personas cuyos componentes pueden ser personería jurídica con derechos y obligaciones propias surgiendo como consecuencia la necesidad de contar con normas que protejan y justifiquen su existencia, también se define a la EMPRESA.- Es la unidad económica de producción por tanto es la reunión de los factores de producción ( trabajo , capital , tierra , dirección ) con vistas a la obtención de bienes , servicios y su posterior distribución en el mercado en un sentido amplio , se puede considerar a la empresa como sinónimo de sociedad y compañía y definiéndose como la acción ardua que realiza una persona o personas con el objeto de obtener un beneficio.(autor) **Hidalgo, J.** (1995) Contabilidad de Costos 2da Edición Editorial FECAT Perú., paginas, (27,36,37,38 ).

En toda empresa grande o pequeña, se encuentran tres factores necesarios para que pueda cumplir su actividad: personas, capital y trabajo

- El factor personas está representado por los propietarios, administrativos y todos los empleados que laboran en la empresa.
- El capital está constituido por los aportes que hacen los propietarios de la empresa y pueden estar representada en dinero en efectivo, mercaderías, .maquinas, unidades de transportes, muebles y otros bienes.
- El trabajo es la actividad que realizan las personas para lograr los objetivos empresariales que pueden ser la producción de bienes, compra - venta de mercaderías o la prestación de un servicio. (autor): **Horngren, Ch** (1983) "La contabilidad de costos en la administración de empresas". Ed. Uteha, México 1969J.R.

**A. Díaz Mosto Jorge.-** (2014) Principios de Contabilidad 3ra Edición Editorial Autores Perú.

1. Para determinar el costo de comercialización primero es la compra y/o adquisición de productos necesarios, estos mismos con el manipuleo de traslado de un lugar a otro se va cargando otros gastos denominado el valor agregado al costo de adquisición, para luego transformarse en producto final para su venta, luego saber cuánto es el costo de comercialización y encontrar el precio de venta a cuánto se debe vender, para esto es necesario recurrir a la contabilidad de costos.
2. A todo lo anterior se denomina la determinación del costo de comercialización según los gastos que se han efectuado durante el proceso hasta obtener el precio de venta al público, mientras que muchas

pequeñas empresas no practican la determinación real de los costos, solo se limitan a estimar en base a la experiencia adquirida.

3. El presupuesto de venta, es una estimación en base a la experiencia y a la Estadística de períodos anteriores: así se estimará el precio del producto adquirido, mano de obra y los gastos indirectos que son necesarios para realizar comercialización, teniendo los posibles cambios de calidad, diseños y métodos de venta.

**B. Backer y Jacobsen y Ramírez Padilla.-** (1998) Contabilidad de Costos un enfoque administrativo y gerencia Editorial Mc Graw Hill México.

1. Indica a los costos de comercialización, es la combinación de los diferentes gastos que se realizan en un proceso que se conoce como costos de distribución por considerar los costos de convertir o aplicar gastos denominado valor agregado en productos terminados.
2. En la comercialización de cualquier producto intervienen principalmente: envases, embalajes, mano de obra indirecta y otros gastos indirectos de comercialización, estos tres grupos de costos que intervienen en la comercialización se llama "Elementos de Costos de valor agregado al Producto". Cuando se determina el costo de venta de un producto es recomendable tener presente los tres elementos.
3. El costo final se prepara después de concluir todo el proceso de gastos que se agrega al producto terminado o adquirido, para este momento ya se tiene datos confiables, el procedimiento es similar al presupuesto de producción de un producto o grupos de productos con la diferencia de que los datos acerca de la cantidad y costo de materiales y mano de obra son reales.

4. En cuanto a gastos indirectos, siempre serán una estimación por que ocurren casi independientemente de la cantidad de productos adquiridos para la comercialización.

**C. Franquies Antoine Marti.- (1979).-** Enfoque a la contabilidad Gerencial Editorial México.

1. Los diferentes documentos contables de una empresa son base para el estudio de la rentabilidad, Así tenemos documentos de costo, balance general, estados financieros, etc., que sirven para hacer el análisis o para establecer un informe estadístico contable, que deben percibir los capitales impuestos en la formación de la empresa.
2. La rentabilidad de cualquier producción con fines de lucro se mide por medio del índice de rentabilidad que se hace referencia a una relación existente entre dos magnitudes y que permite captar el verdadero sentido de una evaluación y del esfuerzo productivo sobre la rentabilidad de un producto en el mercado.
3. Las pequeñas empresas comerciales no siempre surgen en la realidad las diversas medidas administrativas, tributarias y la situación económica, estimulan a que caigan en la informalidad.
4. El estado reconoce la libertad de comercio e Industria en situaciones de crisis grave o de emergencia, el estado puede intervenir en la actividad económica con medidas transitorias de carácter extraordinario.

Trabajos de Investigación realizados en la Facultad de Ciencias Contables y Administrativas que aseveran la existencia de varios trabajos referente a costo y rentabilidad pero que son distintos, al contenido del presente, puesto que relacionamos por primera vez el comportamiento en el proceso de

comercialización de productos finales entre los macro y pequeños empresarios, en este tipo de negocios en la ciudad de Puno.

Por la particularidad del trabajo será casi limitante obtener información y sistematizar el contenido del presente trabajo de investigación: para el efecto nos limitaremos recopilar información de cuatro empresas, de acuerdo al diseño de muestra.

### **COSTOS.-**

Se define costos como la clasificación, registro y ubicación adecuada de los gastos para determinar el costo de producción... son los recursos sacrificados o perdidos para alcanzar un objetivo específico. Costo es el sacrificio o concesión de recursos con un propósito específico que al menudeo se mide en unidades monetarias que deben pagarse por lo bienes o servicios. (Autor): **Backer, J** (1998) Contabilidad de Costos - un enfoque administrativo y de gerencia". Ed. Mc.Graw Hill, México

Los costos se definen como la medición en dinero de los desembolsos para adquirir un bien o un servicio; relacionándolos siempre a los elementos o recursos que intervienen en su constitución.

Los costos son un conjunto de valores gastados por una empresa para llegar a la venta de un producto de una mercadería o de un servicio"5

### **CONTABILIDAD DE COSTOS.-**

Se define como la clasificación, registro y ubicación adecuada de los gastos para la determinación de lo que cuesta producir los artículos o servicios que proporciona la empresa y por consiguiente el precio a que pueden ser vendidos de acuerdo al margen de utilidad esperado. (Autor): **Hansen y Mowen:** (2007) Administración de Costos - Contabilidad y Control" Quinta edición. Ed. Thomson.

Mexico. Considera la contabilidad de costos como una rama de la contabilidad general, pero en él es un perfeccionamiento de la misma se basa en la partida doble y registra las operaciones en diarios y mayores auxiliares conectados con la contabilidad general, por medio de cuentas de control.

### **OBJETIVOS DE LA CONTABILIDAD DE COSTOS.-**

- a. El objetivo principal de la contabilidad de costos es de proporcionar información contable que ayuda a la gerencia en el proceso de toma de decisiones como por ejemplo: ¿qué bienes se deben producir? ¿Qué se deben suprimir? ¿Qué precio debemos cobrar por nuestro producto? ¿Debemos fabricar un componente o adquirirlo de terceros?
- b. Los objetivos que persigue la contabilidad de costos, es medir y controlar los costos de bienes económicos que se viene produciendo o se piensa producir como sustituto de otro bien, tomando en cuenta la competencia de mercado (Autor): **Hidalgo O.** (1995) Contabilidad de Costos 2da Edición Editorial FECAT Perú.

### **ELEMENTOS DE LOS COSTOS.-**

Todo estudio de costos debe comenzar por la determinación de los elementos que concurran a su formación con el objetivo de proceder a su ordenamiento y finalmente resolver la forma como han de ser considerados y ponderados. El costo de producción está formado de tres elementos básicos:

- a. Materias prima
- b. Mano de obra
- c. Gastos de fabricación o producción.

**Materia prima.-** es el elemento susceptible de transformación por yuxtaposición, ensamble, mezcla, etc.

**Mano de obra.-** es el esfuerzo humano indispensable para transformar esa materia prima.

**Gastos de fabricación.-** agrupa las erogaciones, necesidades para lograr esa transformación, tales como, equipo, herramientas, fuerza motriz, etc. (Autor):

**Díaz, M.-** (2014) Principios de Contabilidad 3ra Edición Editorial Autores Perú

En sentido más amplio los elementos de costo que frecuente mente se consideran son:

### **MATERIALES.-**

Los materiales son elementos básicos que se transforman en productos terminados a través del uso de la mano de obra y de los costos indirectos de fabricación en el proceso de producción. El costo de material puede ser directo e indirecto. Autor: **ANTHONY R.** (1995) **La contabilidad en la administración de empresas, texto y casos.** México, Editorial Limusa, Noriega Editores.

**Materiales directos.-** Son aquellos que pueden identificarse con la producción de un artículo determinado, son fácilmente atribuible al producto y representan el principal costo del material

**Materiales indirectos.-** son aquellos que no son materiales directos aunque están involucrados en la fabricación de un producto, por ejemplo: el pegamento para muebles. Se consideran los materiales indirectos, como parte de los costos indirectos.

### **MANO DE OBRA**

Es el esfuerzo físico o mental gastado en la fabricación de un producto. El costo de mano de obra es el precio que se paga por emplear recursos humanos. Pueden ser directos o indirectos.

**MANO DE OBRA DIRECTA.-**

Es la que está directamente involucrada en la fabricación de un producto terminado que se puede asociar fácilmente con el producto y que no representa el principal costo de mano de obra en la fabricación de ese producto. Se considera como costo primo y a la vez como costo de conversión. El trabajo de los operadores de una maquina en una empresa manufacturera se considera como mano de obra directa.

**MANO DE OBRA INDIRECTA.-**

Es el trabajo que no es fácilmente mostrado en el producto sino en forma general a toda la planta se incluye como parte de los costos indirectos de la fabricación. El trabajo del supervisor de planta, los inspectores de producción son ejemplos de mano de obra indirecta Autor: **ANDERSON, H. y Mitchell, H.** (1980)

**Conceptos básicos de contabilidad de costos.**

Tr. del original en inglés Basic Cost Accounting Concepts por el CP Alberto García Mendoza. 16ª reimpresión de la primera edición de 1980. Compañía Editorial Continental (CECSA), México,

**COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION.**

Son todos los conceptos que incluyen el pool de costos y que se usan para acumular los materiales indirectos, mano de obra indirecta y todos los otros costos indirectos de fabricación, porque no se les puede identificar directamente con los productos específicos. Los ejemplos, que además de materiales indirectos y mano de obra indirecta son: arrendamiento, energía, calefacción de fábrica, depreciación de edificio y del equipo, mantenimiento, etc. Los costos indirectos de fabricación también pueden clasificarse como: costos fijos y variables y mixtos.

## **CLASIFICACION DE LOS COSTOS**

Los costos en las empresas comerciales, industriales y de servicio se clasifican en:

### **COSTOS DIRECTOS.-**

Son aquellos costos que intervienen directamente en la obtención del producto terminado y forman parte del mismo, en cuanto a bienes se refieren.

También incluye el costo de pagos de sueldos o jornales por la transformación directa que realiza el operario. Ejemplo: en empresas de servicios suministro diversos, mano de obra directa.

### **COSTOS INDIRECTOS.-**

Son aquellos que intervienen indirectamente en la producción de artículos o prestación de servicios, como por ejemplo: depreciación de activos fijos (inmueble maquinaria y equipo), energía mantenimiento y reparación, alquiler del local o maquinarias, etc. Estos costos no realizan la transformación de los artículos pero ayudan indirectamente a la fabricación del mismo.

### **COSTOS FIJOS.-**

Son aquellos costos que permanecen inalterables ante cualquier volumen de producción o servicio. Ejemplo: alquileres, depreciación, etc.

### **COSTOS VARIABLES.-**

Son aquellos que varían de acuerdo al volumen de producción o servicio. Ejemplo: materia prima mano de obra directa, destajo, materiales auxiliares, energía, etc.

### **SISTEMA DE COSTOS.-**

Conjunto de procedimientos y registros estructurados, con base a la teoría contable, que tienen como característica básica la determinación de costos

unitarios de producción y/o venta, así como un mayor o menor control contable, con lo cual se amplía la información analítica para que los funcionarios estén en condición de tomar mejores decisiones tales como: elección de alternativas de producto de partida a niveles de los presupuestos (que es una herramienta indispensable).

### **CONCEPTO DE ESTADOS FINANCIEROS**

Los estados financieros son cuadros que se presentan en forma sintética y ordenada diversos aspectos de la situación financiera y económica de la gestión de una empresa, de acuerdo con el P.C.G.A. (Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados) Autor: **REYES, P.** (1971) Administración de empresas, teoría y práctica. Primera y segunda parte. México, Editorial Limusa-Wiley, SA.

Estos Estados Financieros preparados de acuerdo a reglas uniformes y debidamente dictaminados constituyen un elemento básico para el análisis de la situación financiera, económica y legal de un negocio y fuente indispensable para el estudio global de los informantes de los sectores de la economía nacional.

De conformidad a lo establecido por normas contables y dispositivos legales vigentes, concordantes con los usos y costumbres que la contabilidad aplica en el país. Los Estados Financieros Básicos son:

- Estado de Situación Financiera
- Estado de Resultados
- Estado de Cambios en el Patrimonio Neto
- Estado de flujo en efectivo

De los primeros Estados Financieros también son denominados Estados de Situación y Estados de Resultados respectivamente, y el último es conocido como Estado de Origen y Aplicación de Fondos de Recursos.

### **CONTABILIDAD DE COSTOS**

La contabilidad de Costos es la parte del sistema contable que mide los costos para la toma de decisiones de los administradores y para los reportes financieros.

La Contabilidad de Costos, es una rama de la ciencia contable, destinada a medir los factores productivos de los bienes económicos de cambio considerable, las materias primas, mano de obra y gastos de fabricación y costo de distribución que consisten en: Gasto de Venta, Gastos Administrativos y Gastos Financieros. Así como también medir los factores de prestación de servicios de cualquier naturaleza.

La Contabilidad de Costos se ocupa de la clasificación, acumulación y control de los costos por ende los costos son sinónimos de valores invertidos por una empresa para obtener un producto una mercadería o un servicio.

La Contabilidad de Costos es definida como la clasificación, registro y ubicación adecuada de los gastos para la determinación de lo que cuesta producir, los artículos o servicios que proporciona la empresa y por consiguiente, el precio a que puede ser vendido de acuerdo al margen de utilidad de Costos que sistema de costos, en lo referente a la función producción, son: el conjunto de procedimientos técnicas, registros e informes estructurados sobre la base de la teoría de la partida doble y otros principios técnicos que tienen por objeto la determinación de los costos unitarios de producción y el control de las operaciones fabriles efectuadas Autor: **Hidalgo, O** (1995) Contabilidad de Costos 2da Edición Editorial FECAT Perú.

## **OBJETIVOS DE LA CONTABILIDAD DE COSTOS**

- Controla los gastos de gestión en cada centro de responsabilidad.
- Controla la eficiencia en el empleo de los factores predeterminados para evaluar las variaciones existentes en los diferentes centros productivos
- Presenta los informes de producción oportunamente, precisos y exactos revelando las condiciones y situaciones de trabajo así como facilitar la supervisión o inspección en forma efectiva del proceso productivo y contribuya a la obtención de mayores utilidades o rendimientos del capital invertido en la actividad económica de producción.
- Contribuye eficientemente a la formulación de un presupuesto de los productivos y a la programación de los costos de la gestión económica futura mediante la proyección de valores históricos.
- Permite mejorar los procesos, los métodos y los procedimientos de fabricación u operación.
- Permite evaluar o justificar determinadas alternativas de naturaleza económica gracias a la información detallada del costo unitario y total.
- Permite establecer las curvas de demanda del producto para determinar, precio, volumen físico demandado.

## **ALCANCE DE LA CONTABILIDAD DE COSTOS**

La contabilidad de costos es generalmente considerada y discutida como si fuese aplicable únicamente en las operaciones manufactureras.

Este no es el caso, cada tipo y clase de actividad sin importar el tamaño, en la cual esté disuelto el valor monetario, debe considerarse el uso de conceptos y técnicas de la contabilidad de costos actividades no manufactureras de formas manufactureras, negocios al por mayor y menor, bancos y otras empresas

financieras, compañías y seguros, compañías de transporte que es el caso, escuelas, colegios, todos estos deben emplear la contabilidad de costos a fin de operar eficientemente.

## **RECUPERACIÓN DE LOS COSTOS POR MEDIO DE LOS INGRESOS**

La contabilidad de los costos tiene tres fases que son las siguientes:

En primer lugar habrán que registrarlos bajo apropiadas clasificaciones a medida que se van causando una vez acumuladas es preciso reclasificarlos y aplicarlos a la actividad que le corresponde y por último los costos deben recuperarse a través de los ingresos correspondientes.

### **2.2 MARCO CONCEPTUAL**

**Autoridad.-** Es la persona o entidad encargada para asumir todas las funciones y velar el estricto cumplimiento de las disposiciones de la empresa

**Calidad del Servicio.-** conjunto de cualidades en la prestación del servicio constituido básicamente por la seguridad, comodidad, continuidad, puntualidad e higiene.

**Costo.-** A esa aceptación del término costo lo define como el conjunto de esfuerzos y recursos que intervienen para obtener un bien, esto se refiere al costo de inversión.

#### **Costo unitario.**

El costo unitario de un producto se obtiene mediante un proceso de promedios, este costo unitario de promedio se calcula dividiendo los costos totales incurridos durante un período determinado entre el número de unidades producidas.

#### **Costo de producción.**

Es la suma de los gastos de producción incluyendo los intereses y otros.

**Control de producción.**

El control de producción descansa para su éxito en procedimientos que relacionan rápidamente el progreso real con planes y progresiones establecidas previamente, dando cuenta de tropiezos y demoras incipientes y proveyendo hechos para su análisis y una pronta acción ejecutiva de corrección.

**Contabilidad.-** Es un conjunto de conocimientos que nos permite recopilar clasificar, computar, registrar en forma cronológica todas las operaciones mercantiles mediante la utilización de libros de contabilidad para su posterior análisis o interpretación de los resultados obtenidos

**Empresa.-** Es la organización con personería jurídica responsable del funcionamiento organizacional de una Entidad

**Manufactura.**

Es el control de los procedimientos operativos en los movimientos de manufacturas incluyen:

- Determinar donde se debe hacer el trabajo.
- Determinar cuándo se debe hacer el trabajo.
- Ver que el trabajo sea hecho proveyendo mecanismos y procedimientos para emitir y recibir órdenes de los talleres. También colecta información de los trabajos en proceso y revisar los plazos, los lugares cuando hay cambios en los planes originales.

**Rentabilidad.**

La rentabilidad nos permite conocer en qué medida los costos establecidos permiten a la empresa conseguir un beneficio, mantener la prosperidad de su producción o en caso contrario inducir a organizarse de modo diferente para su supervivencia o su expansión.

La rentabilidad es comparar los resultados obtenidos del negocio en el plano económico, con los esfuerzos efectuados en el mismo plano para la creación de la empresa que su actividad sea producción, comercialización, Industrialización etc. De los productos que producen, compra lo necesario para comparar de una parte el beneficio neto y de otro lado los capitales utilizados.

Utilidad, producto beneficio que rinde anualmente o al término de un ejercicio económico.

**Sistema de Costo.-** los sistemas contables para determinar los costos de producción están considerados a las características de producción de que se trata, lo que quiere decir que el sistema contable deberá adecuarse a las necesidades de la empresa en mención.

#### **Oferta.**

Se denomina así en el mercado, al conjunto de sujetos económicos que ofrecen mercadería de venta.

#### **Demanda.**

Solicitud que se hace de un bien o servicio por parte de un sujeto consumidor.

### **2.3 HIPOTESIS Y VARIABLES:**

Las hipótesis y variables planteadas son:

#### *2.3.1 Hipótesis General*

Las empresas que se dedican a la producción y distribución de productos de prendas de vestir en la ciudad de Puno, corren el riesgo de perder sus capitales por la no aplicación y utilización de un sistema de costos operativos eficientes. Por lo tanto su grado de rentabilidad financiera y económica es insuficiente.

### 2.3.2 Hipótesis Específicas

- **1ra Hipótesis.-** El desconocimiento de aplicación de costos reales en la comercialización y/o distribución de productos de prendas de vestir los empresarios corren el riesgo de perder sus capitales
- **2da hipótesis.-** Los empresarios que se dedican a la actividad de comercialización de prendas de vestir, deben aplicar los conocimientos modernos de Administración tales como análisis de punto de Equilibrio, como Instrumentos de medición para la toma de decisiones
- **3ra Hipótesis.-** La aplicación de un sistema de costos eficientes en la comercialización y/o distribución de productos de prendas de vestir, los empresarios tienen mayores posibilidades de obtener una rentabilidad alta.

### 2.3.3 Variables:

#### a) Para la primera Hipótesis:

VARIABLE INDEPENDIENTE.- Comercialización y/o distribución.

VARIABLE DEPENDIENTE.- Aplicación de Costos operativos eficientes.

#### b) Para la segunda Hipótesis:

VARIABLE INDEPENDIENTE.- Actividad de Comercialización.

VARIABLE DEPENDIENTE.- Instrumentos de Administración

#### c) Para la tercera Hipótesis:

VARIABLE INDEPENDIENTE.- Manejo de sistema de Costos eficientes.

VARIABLE DEPENDIENTE.- Rentabilidad.

### 2.4 UTILIDAD DE LOS RESULTADOS DEL ESTUDIO:

El presente trabajo de Investigación servirá para los empresarios dedicados a la distribución de prendas de vestir, con la finalidad de aplicar medidas correctivas de control de los costos de distribución y optimizar sus resultados de acuerdo a

la toma de decisiones, tomando las recomendaciones que se describieran en el desarrollo de los resultados del presente trabajo. Así mismo servirá como guía de consulta para los futuros profesionales dedicadas en el área de empresas comerciales y distribuidoras de prendas de vestir.

### CAPITULO III

#### METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

##### 3.1 METODOS Y TECNICAS DE INVESTIGACION.-

Para el presente trabajo de Investigación se empleará los métodos hipotéticos:

DEDUCTIVO E INDUCTIVO por lo cual explicamos los siguientes:

**METODO.-** Es el procedimiento sistemático que sigue a la consecuencia de un fin.

**DEDUCTIVO.-** Es el raciocinio que pasa de lo universal a lo menos universal, a lo particular o en el caso límite de lo universal a lo igualmente universal. Es la demostración que, en oposición a la prueba por hechos, evidencia una exigencia de derecho. En el presente trabajo se utilizó en la recolección de la información de los documentos fuentes de cada uno de empresarios de los archivos correspondientes de los años 2014 y 2015.

**INDUCTIVO.-** Mientras la deducción concluyó de lo universal a lo particular, o de ausencia de un objeto sus propiedades necesarias, la inducción intenta obtener de los casos particulares observadas una ley general válida también para los no observados. Se tomó

en cuenta el sistema de comercialización que efectúa cada empresario de acuerdo a sus compras y ventas, para mostrar que cantidades de venta obtienen por año:

### 3.2 TIPO DE INVESTIGACION:

El tipo de investigación a emplearse será explicativa y básica. Expos-facto, que consiste en analizar los documentos existentes.

### 3.3 POBLACION Y MUESTRA:

#### a) POBLACION.-

El presente trabajo de investigación se desarrolló en la ciudad de Puno Provincia de Puno, abarcando una la población total de 20 empresas que existe dentro del mercado Bellavista en la ciudad de Puno dedicada a la venta de prendas de vestir:

N°	RAZON SOCIAL	DNI	N° DE PUESTO
1°	Armengol, QUISPE QUISPE	01292539	C - 10
2°	Marisol Yeni, VILCA GUTIÉRREZ	80114728	1 - J
3°	Juan Luis, CONDORI GIL	01308703	A - 38
4°	Leoncio, ADUVIRI CALIZAYA	01810719	3 - B
5°	Fortunata, CALSINA QUISPE	01215794	2 - A
6°	Aurelio, FLORES NEYRA	01207481	35 - H
7°	Rosa, ESTEBA DE FLORES	01211052	37 - B
8°	Marta, CASTILLO MAMANI	01223782	G - 2
9°	Genaro, APAZA QUISPE	01218071	8 - L
10°	Margarita, APAZA PINEDA	01230138	30 - K
11°	Leonarda, ARAPA COILA	01232009	8 - I

12°	Beatriz; APAZA QUISPE	01205630	1 - M
13°	Teófila, GUZMAN COILA	01219242	C - 15
14°	Isabel, HUASQUITO RAMOS	01776213	8 - G
15°	Rene, MAMANI MAMANI	01320944	4 - LL
16°	Rosenda, SULLCA TITO	01866284	3 - K
17°	Lucia, CHAÑI VILCA	01986680	19 - H
18°	Claudia, CHAMBI FLORES	46129395	A - 50
19°	Gladys, PACSI NINA	01222774	14 - A
20°	Concepción, PARI FLORES	01225693	12 - J

De los cuales se tomó como muestra a 03 empresas que se dedican a la comercialización de prendas de vestir los más importantes y que se encuentran en el sistema de tributación general

#### b) MUESTRA.-

El tamaño de la muestra se determinará utilizando la siguiente Fórmula Estadística; para muestras estratificadas:

$$n = \frac{Z^2 N}{(N-1) E^2 + Z^2}$$

Donde:

N : Tamaño de la Muestra

E<sup>2</sup> : Nivel de Confianza

Z<sup>2</sup> : Grado de Confianza.

REEMPLAZANDO TERMINOS:

$$(2.275)^2 (22)$$

$$n = \text{-----}$$

$$(22-1)(0.1)^2 + (2.572)^2$$

$$(5.175625)(22) \qquad 113.86375$$

$$n = \text{-----} = \text{-----} = 21.14$$

$$(21)(0.01) + 5.175625 \qquad 5.385625$$

n = 21.14 = tamaño de muestra de la Población Universo.

Aplicando la teoría de Fischer Arkin Calton, recomienda en pequeñas muestras utilizar el 15% de la Población Universo de donde:

15% de 21.14 = 3.17 = 3 se adjunta en descripción de la muestra

### 3.3.1 Descripción de la Muestra.

- Empresa del Sr. Armengol Quispe Quispe
- Empresa de la Sra. Marisol Yeni Vilca Gutiérrez
- Empresa del Sr. Juan Luis Condori Gil

### Empresas en Estudio y sus Antecedentes:

1. Empresa del Sr. Armengol Quispe Quispe comercializadora de prendas de vestir. Que se constituyó el 15 de enero del año de 1991, cuya dirección es Jirón Dante Nava No 160 ciudad de Puno que se dedica a la compra y venta de prendas de vestir en el Mercado Bellavista
2. Empresa de la Sra. Marisol Yeni Vilca Gutiérrez comercializadora de prendas de vestir. Que se constituyó el 1ro de Octubre del año de 1995, cuya dirección es Jiron Huancayo No 289 ciudad de Puno que se dedica a la compra y venta de prendas de vestir en el Mercado Bellavista

3. Empresa del Sr. Juan Luis Condori Gil comercializadora de prendas de vestir. Que se constituyó el 02 de mayo del año de 1987, cuya dirección es Jiron Vilcapaza No 149 ciudad de Puno que se dedica a la compra y venta de prendas de vestir en el Mercado Bellavista.

Estas Empresas dedicadas a la comercialización de prendas de vestir, están acogidas y constituidas en el sistema tributario del (Régimen general del impuesto a la Renta). Por lo tanto para el análisis de los resultados se utilizó, estados financieros de las empresas en estudio.

### **3.4 TECNICA DE RECOLECCION DE DATOS**

La recopilación de la información efectuada que sirve de sustento en la ejecución del presente trabajo de investigación, para el logro de objetivos fijados y comprobar o rechazar las hipótesis planteadas se utilizaran los siguientes métodos:

### **3.5 REVISION DE DOCUMENTOS**

Revisión de documentos es la técnica que consiste en el acopio de la información para la investigación, relacionado a la revisión de trabajos de investigación realizados anteriormente, consulta de obras. Asimismo se recolectara mediante esta técnica los estados financieros de las empresas en estudio como son Estado de situación financiera Estado de Resultados y otros.

Mediante esta técnica se ha recopilara la información y datos de las empresas instituciones rectoras que tienen vinculación directa con las empresas de comercio e Industria tales como:

- Superintendencia Nacional de Administración Tributaria SUNAT donde se ubican las declaraciones juradas de las empresas en estudio.

- Oficinas de estudio contable profesionales de la rama de contabilidad quienes facilitaron la información Contable de las Empresas.

### **3.6 OBSERVACION DIRECTA**

Este método de observación directa nos permite observar en forma directa todas las operaciones en forma real dentro del funcionamiento y organización de las empresas para ver los hechos tal como ocurre dentro de su campo los cuales se realizara mediante visitas a las empresas utilizando métodos Inductivo y analítico.

### **3.7 ENTREVISTAS PERSONALES**

Técnica que conlleva la interrelación con los propietarios, gerentes de las empresas y con los trabajadores con la finalidad de conocer muy de cerca los hechos que ocurren dentro de la empresa. Instrumento que se realiza formulando preguntas orientadas a obtener datos reales sobre la gestión contable de las empresas y gestión administrativa y aspectos relacionados con la formación de costos de comercialización y de producción.

### **3.8 PROCESAMIENTO DE DATOS**

Es el método que nos permite realizar el procesamiento de datos de la información recopilada de acuerdo a los requerimientos de los objetivos e hipótesis del presente trabajo, para lo cual se realizaran los siguientes pasos:

- **Ordenamiento de Datos.-** Los datos seleccionados se han dispuesto metódicamente para su análisis según sus variables.
- **Clasificación de datos.-** Comprende el proceso de agrupar los datos según su naturaleza de acuerdo a la hipótesis y variables planteadas y para el cual se analizara y se evaluara los factores que incidieron en el cumplimiento de metas y objetivos.

**c) Forma de Análisis de Datos.-** Los resultados obtenidos se ha sometido a un análisis de contrastación con el marco teórico, y las hipótesis formuladas bajo el siguiente método:

Método Inductivo.- Partir de casos particulares para llegar a conclusiones generales.

**d) Tabulación de Datos.-** En este proceso se establecerá la realización de cuadros estadísticos donde se dispusieron los datos calificados en forma analítica para luego, a través de ellos obtener los resultados correspondientes.

### **3.9 CARACTERISTICAS DEL AREA DE INVESTIGACION.**

#### *3.9.1 Ubicación del Estudio*

El presente trabajo de estudio se realizó en la ciudad de Puno, en el período comprendido del mes de enero de 2015 al 31 de diciembre de 2016.

Para efectos del presente trabajo se ha tomado como muestra empresas que se dedican a la compra venta de productos de prendas de vestir, en la ciudad de Puno; tomando en cuenta las de mayor representatividad, cuyas muestras han sido utilizadas, para determinar los costos y rentabilidad, respectivamente, de cada empresa.

#### *3.9.2 Ubicación Geográfica*

La ciudad de Puno está, ubicada al Sur Oeste, de la meseta del Collao a 3,835 M.S.N.M. a 1548 Km. de la Capital de la República.

En artesanía del tejido la ciudad de Puno es uno de los principales centros de producción artesanal; y se caracteriza por sus tejidos, peletera, cueros y textiles, siendo una actividad importante para el poblador de esta región y además

fuentes de ingresos económicos, toda vez que la gran mayoría de los productos artesanales son exportados.

## CAPITULO IV

### RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

#### **4.1 DETERMINACION DEL COSTO DE LISTA ADICIONES AL COSTO DE LISTA Y DETERMINACION DEL COSTO UNITARIO POR PRODUCTO:**

Para poder determinar el costo unitario por producto se tomó como datos fundamentales de los cuadros No 01 al 03 en donde nos muestra el costo total para ciertas cantidades de unidades, ejecutadas por las empresas y los anexos Nos 16, al 41 nos muestran el No de unidades comprada y vendidas anualmente por las empresas de acuerdo al resumen de volumen de compras y ventas cuyos resultados es como sigue:

## CUADRO 1

Hoja de costo de comercialización de casacas talla normal de: Armengol  
Quispe Quispe

CONCEPTO DE GASTO	AÑO 2015			AÑO 2016		
	Para 1200 Und.			Para 2000 Und.		
	Unid.	P. Unit.	Costo Total	Unid.	P. Unit.	Costo Total
<b>A.- Costos Variables</b>						
Costo de Adquisición	1200	90.00	108000	2000	99.00	198000
Costo de Transporte	1200	0.40	480	2000	0.45	900
Costo de Embalaje	1200	0.17	204	2000	0.2	400
Costos de Distribución	1200	1.23	1476	2000	0.98	1960
Financiamiento (15%)	1200	13.5	16200	2000	14.85	29700
<b>SUMAS TOTALES</b>		<b>105.30</b>	<b>126360</b>		<b>115.48</b>	<b>230960</b>
<b>B.- Costos Fijos</b>						
Costo de Almacén	1200	0.25	300	2000	0.13	260
Costo de Acondicionamie.	1200	0.50	600	2000	0.32	640
Otros Gastos	1200	0.35	420	2000	0.07	140
<b>SUMAS TOTALES</b>		<b>1.10</b>	<b>1320</b>		<b>0.52</b>	<b>1040</b>
<b>TOTAL GENERAL (A+B)</b>		<b>106.40</b>	<b>127680</b>		<b>116.00</b>	<b>232000</b>

**FUENTE:** Elaborado de acuerdo a las informaciones obtenidas de los documentos de contabilidad como fuentes de información de cada empresa

**Interpretación del cuadro 1:** Para poder determinar el costo unitario del producto casacas talla normal se tomó en consideración el número de unidades adquiridas 1200 y 2000 unidades para los años 2015 y 2016 al costo de adquisición unitario se le adiciono los costos variables y costos fijos tal como se muestra el cuadro, cuyo costo final de adquisición fue de S/106.40 y S/116.00 por unidad respectivamente.

## CUADRO 2

Hoja de costo de comercialización de casacas cordoroy para damas talla normal de: Armengol Quispe Quispe.

CONCEPTO DE GASTO	AÑO 2015			AÑO 2016		
	Para 1000 Und.			Para 1300 Und.		
	Unid.	P. Unit.	Costo Total	Unid.	P. Unit.	Costo Total
<b>A.- Costos Variables</b>						
Costo de Adquisición	1000	95.00	95000	1300	105.00	136500
Costo de Transporte	1000	0.45	450	1300	0.33	429
Costo de Embalaje	1000	0.30	300	1300	0.13	169
Costos de Distribución	1000	1.20	1200	1300	0.93	1209
Financiamiento (15%)	1000	14.25	14250	1300	15.75	20475
<b>SUMAS TOTALES</b>		<b>111.20</b>	<b>111200</b>		<b>122.14</b>	<b>158782</b>
<b>B.- Costos Fijos</b>						
Costo de Almacén	1000	0.30	300	1300	0.30	390
Costo de Acondicionamie.	1000	0.80	800	1300	0.57	850
Otros Gastos	1000	0.50	500	1300	0.40	600
<b>SUMAS TOTALES</b>		<b>1.60</b>	<b>1600</b>		<b>1.27</b>	<b>1840</b>
<b>TOTAL GENERAL (A+B)</b>		<b>112.80</b>	<b>112800</b>		<b>123.41</b>	<b>160622</b>

**FUENTE:** Elaborado de acuerdo a las informaciones obtenidas de los documentos de contabilidad como fuentes de información de cada empresa

**Interpretación del cuadro 2:** Para poder determinar el costo unitario del producto Casacas cordoroy para damas talla normal se tomó en consideración el número de unidades adquiridas en el año 2015 y año 2016 que fueron de 1000 y 1300 unidades, al costo de adquisición unitario se le adicione los costos variables y costos fijos con los gastos adicionales en las compras, tal como se muestra el cuadro, cuyo costo final de adquisición fue de S/112.80 y S/123.41 por unidad para los dos años respectivamente.

## CUADRO 3

Hoja de costo de comercialización de pantalones Pioner para varones talla normal de: Armengol Quispe Quispe.

CONCEPTO DE GASTO	AÑO 2015			AÑO 2016		
	Para 1000 Und.			Para 1500 Und.		
	Unid.	P. Unit.	Costo Total	Unid.	P. Unit.	Costo Total
<b>A.- Costos Variables</b>						
Costo de Adquisición	1000	110.00	110000	1500	105.00	157500
Costo de Transporte	1000	0.47	470	1500	0.48	720
Costo de Embalaje	1000	0.35	350	1500	0.39	585
Costos de Distribución	1000	1.50	1500	1500	0.93	1395
Financiamiento (15%)	1000	16.50	16500	1500	15.75	23625
<b>SUMAS TOTALES</b>		<b>128.82</b>	<b>128820</b>		<b>122.55</b>	<b>183825</b>
<b>B.- Costos Fijos</b>						
Costo de Almacén	1000	0.30	300	1500	0.30	450
Costo de Acondicionamie.	1000	0.55	550	1500	0.40	600
Otros Gastos	1000	0.50	500	1500	0.40	600
<b>SUMAS TOTALES</b>		<b>1.35</b>	<b>1350</b>		<b>1.10</b>	<b>1650</b>
<b>TOTAL GENERAL (A+B)</b>		<b>130.17</b>	<b>130170</b>		<b>123.65</b>	<b>185475</b>

**FUENTE** Elaborado de acuerdo a las informaciones obtenidas de los documentos de contabilidad como fuentes de información de cada empresa

**Interpretación del cuadro 3:** Para poder determinar el costo unitario del producto pantalones pioner para varones talla normal se tomó en cuenta el número de unidades compradas y/o adquiridas en el año 2015 y año 2016 que fueron de 1000 y 1500 unidades, a su costo de adquisición unitario se le adiciono los costos variables y costos fijos como gastos adicionales en las compras, tal como se muestra el cuadro, cuyo costo final de adquisición fue de S/130.17 y S/123.65 por unidad para los dos años respectivamente.

## CUADRO 4

Hoja de costo de comercialización de casacas talla normal de: Marizol Yeni Vilca Gutiérrez.

CONCEPTO DE GASTO	AÑO 2015			AÑO 2016		
	Para 1200 Und.			Para 1500 Und.		
	Unid.	P. Unit.	Costo Total	Unid.	P. Unit.	Costo Total
<b>A.- Costos Variables</b>						
Costo de Adquisición	1200	95.00	114000	1500	103.00	154500
Costo de Transporte	1200	0.40	480	1500	0.45	675
Costo de Embalaje	1200	0.17	204	1500	0.22	330
Costos de Distribución	1200	1.23	1476	1500	1.26	1890
Financiamiento (15%)	1200	14.25	17100	1500	15.45	23175
<b>SUMAS TOTALES</b>		<b>111.05</b>	<b>133260</b>		<b>120.38</b>	<b>180570</b>
<b>B.- Costos Fijos</b>						
Costo de Almacén	1200	0.25	300	1500	0.26	390
Costo de Acondicionamiento.	1200	0.50	600	1500	0.55	825
Otros Gastos	1200	0.35	420	1500	0.38	570
<b>SUMAS TOTALES</b>		<b>1.10</b>	<b>1320</b>		<b>1.19</b>	<b>1785</b>
<b>TOTAL GENERAL (A+B)</b>		<b>112.15</b>	<b>134580</b>		<b>121.57</b>	<b>182355</b>

**FUENTE** Elaborado de acuerdo a las informaciones obtenidas de los documentos de contabilidad como fuentes de información de cada empresa.

**Interpretación del cuadro 4:** Para poder determinar el costo unitario del producto casacas talla normal se tomó en consideración el número de unidades adquiridas 1200 y 1500 unidades para los años 2015 y 2016 al costo de adquisición unitario se le adiciono los costos variables y costos fijos tal como se muestra el cuadro, cuyo costo final de adquisición fue de S/112.15 y S/121.57 por unidad respectivamente.

## CUADRO 5

Hoja de costo de comercialización de casacas cordoroy para damas talla normal de: Marizol Yeni Vilca Gutiérrez.

CONCEPTO DE GASTO	AÑO 2015			AÑO 2016		
	Para 1200 Und.			Para 1500 Und.		
	Unid.	P. Unit.	Costo Total	Unid.	P. Unit.	Costo Total
<b>A.- Costos Variables</b>						
Costo de Adquisición	1200	95.00	114000	1500	105.00	157500
Costo de Transporte	1200	0.46	552	1500	0.47	705
Costo de Embalaje	1200	0.32	384	1500	0.35	525
Costos de Distribución	1200	1.22	1464	1500	1.25	1875
Financiamiento (15%)	1200	14.25	17100	1500	15.75	23625
<b>SUMAS TOTALES</b>		<b>111.25</b>	<b>133500</b>		<b>122.82</b>	<b>184230</b>
<b>B.- Costos Fijos</b>						
Costo de Almacén	1200	0.32	384	1500	0.35	525
Costo de Acondicionamie.	1200	0.70	800	1500	0.75	850
Otros Gastos	1200	0.75	500	1500	0.80	600
<b>SUMAS TOTALES</b>		<b>1.77</b>	<b>1684</b>		<b>1.90</b>	<b>1975</b>
<b>TOTAL GENERAL (A+B)</b>		<b>113.02</b>	<b>135184</b>		<b>124.72</b>	<b>186205</b>

**FUENTE** Elaborado de acuerdo a las informaciones obtenidas de los documentos de contabilidad como fuentes de información de cada empresa

**Interpretación del cuadro 5:** Para poder determinar el costo unitario del producto Casacas cordoroy para damas talla normal se tomó en consideración el número de unidades adquiridas en el año 2015 y año 2016 que fueron de 1200 y 1500 unidades, al costo de adquisición unitario se le adiciono los costos variables y costos fijos con los gastos adicionales en las compras, tal como se muestra el cuadro, cuyo costo final de adquisición fue de S/113.02 y S/124.72 por unidad para los dos años respectivamente.

## CUADRO 6

Hoja de costo de comercialización de pantalones Pioner para varones de:  
Marizol Yeni Vilca Gutiérrez.

CONCEPTO DE GASTO	AÑO 2015			AÑO 2016		
	Para 1300 Und.			Para 1800 Und.		
	Unid.	P. Unit.	Costo Total	Unid.	P. Unit.	Costo Total
<b>A.- Costos Variables</b>						
Costo de Adquisición	1300	110.00	143000	1800	115.00	207000
Costo de Transporte	1300	0.46	598	1800	0.48	864
Costo de Embalaje	1300	0.36	468	1800	0.39	702
Costos de Distribución	1300	1.60	2080	1800	0.93	1674
Financiamiento (15%)	1300	16.50	21450	1800	15.75	28350
<b>SUMAS TOTALES</b>		<b>128.92</b>	<b>167596</b>		<b>132.55</b>	<b>238590</b>
<b>B.- Costos Fijos</b>						
Costo de Almacén	1300	0.35	455	1800	0.30	540
Costo de Acondicionamie.	1300	0.60	780	1800	0.40	720
Otros Gastos	1300	0.50	650	1800	0.40	720
<b>SUMAS TOTALES</b>		<b>1.45</b>	<b>1885</b>		<b>1.10</b>	<b>1980</b>
<b>TOTAL GENERAL (A+B)</b>		<b>130.37</b>	<b>169481</b>		<b>133.65</b>	<b>240570</b>

**FUENTE** Elaborado de acuerdo a las informaciones obtenidas de los documentos de contabilidad como fuentes de información de cada empresa

**Interpretación del cuadro 6:** Para poder determinar el costo unitario del producto pantalones pioner para varones talla normal se tomó en cuenta el número de unidades compradas y/o adquiridas en el año 2015 y año 2016 que fueron de 1300 y 1800 unidades, a su costo de adquisición unitario se le adiciono los costos variables y costos fijos como gastos adicionales en las compras, tal como se muestra el cuadro, cuyo costo final de adquisición fue de S/130.37 y S/133.65 por unidad para los dos años respectivamente

## CUADRO 7

Hoja de comercialización de casacas para varones talla normal de: Juan Luis Condori Gil.

CONCEPTO DE GASTO	AÑO 2015			AÑO 2016		
	Para 1200 Und.			Para 2000 Und.		
	Unid.	P. Unit.	Costo Total	Unid.	P. Unit.	Costo Total
<b>A.- Costos Variables</b>						
Costo de Adquisición	1200	105.00	126000	2000	108.00	216000
Costo de Transporte	1200	0.40	480	2000	0.45	900
Costo de Embalaje	1200	0.17	204	2000	0.20	400
Costos de Distribución	1200	1.23	1476	2000	1.26	2520
Financiamiento (15%)	1200	13.5	16200	2000	16.20	32400
<b>SUMAS TOTALES</b>		<b>120.30</b>	<b>144360</b>		<b>126.11</b>	<b>252220</b>
<b>B.- Costos Fijos</b>						
Costo de Almacén	1200	0.25	300	2000	0.25	500
Costo de Acondicionamie.	1200	0.50	600	2000	0.55	1100
Otros Gastos	1200	0.35	420	2000	0.37	740
<b>SUMAS TOTALES</b>		<b>1.10</b>	<b>1320</b>		<b>1.17</b>	<b>2340</b>
<b>TOTAL GENERAL (A+B)</b>		<b>121.40</b>	<b>145680</b>		<b>127.28</b>	<b>254560</b>

**FUENTE** Elaborado de acuerdo a las informaciones obtenidas de los documentos de contabilidad como fuentes de información de cada empresa

**Interpretación del cuadro 7:** Para poder determinar el costo unitario del producto casacas talla normal se tomó en consideración el número de unidades adquiridas 1200 y 2000 unidades para los años 2015 y 2016 al costo de adquisición unitario se le adiciono los costos variables y costos fijos tal como se muestra el cuadro, cuyo costo final de adquisición fue de S/121.40 y S/127.28 por unidad respectivamente.

## CUADRO 8

Hoja de comercialización de casacas cordoroy para damas talla normal de:  
Juan Luis Condori Gil.

CONCEPTO DE GASTO	AÑO 2015			AÑO 2016		
	Para 1400 Und.			Para 1700 Und.		
	Unid.	P. Unit.	Costo Total	Unid.	P. Unit.	Costo Total
<b>A.- Costos Variables</b>						
Costo de Adquisición	1400	98.00	137200	1700	106.00	180200
Costo de Transporte	1400	0.45	630	1700	0.33	561
Costo de Embalaje	1400	0.30	420	1700	0.13	221
Costos de Distribución	1400	1.20	1680	1700	0.93	1581
Financiamiento (15%)	1400	14.70	20580	1700	15.90	27030
<b>SUMAS TOTALES</b>		<b>114.65</b>	<b>160510</b>		<b>123.29</b>	<b>209593</b>
<b>B.- Costos Fijos</b>						
Costo de Almacén	1400	0.30	420	1700	0.30	510
Costo de Acondicionamie.	1400	0.80	1120	1700	0.57	969
Otros Gastos	1400	0.50	700	1700	0.40	680
<b>SUMAS TOTALES</b>		<b>1.60</b>	<b>2240</b>		<b>1.27</b>	<b>2159</b>
<b>TOTAL GENERAL (A+B)</b>		<b>116.25</b>	<b>162750</b>		<b>124.56</b>	<b>211752</b>

**FUENTE** Elaborado de acuerdo a las informaciones obtenidas de los documentos de contabilidad como fuentes de información de cada empresa

**Interpretación del cuadro 8:** Para poder determinar el costo unitario del producto Casacas cordoroy para damas talla normal se tomó en consideración el número de unidades adquiridas en el año 2015 y año 2016 que fueron de 1400 y 1700 unidades, al costo de adquisición unitario se le adiciono los costos variables y costos fijos con los gastos adicionales en las compras, tal como se muestra el cuadro, cuyo costo final de adquisición fue de S/116.25 y S/124.56 por unidad para los dos años respectivamente.

## CUADRO 9

Hoja de costo de comercialización de pantalones Pioner para varones talla normal de: Juan Luis Condori Gil.

CONCEPTO DE GASTO	AÑO 2015			AÑO 2016		
	Para 1100 Und.			Para 1650 Und.		
	Unid.	P. Unit.	Costo Total	Unid.	P. Unit.	Costo Total
<b>A.- Costos Variables</b>						
Costo de Adquisición	1100	115.00	126500	1650	118.00	194700
Costo de Transporte	1100	0.47	517	1650	0.48	792
Costo de Embalaje	1100	0.35	385	1650	0.4	660
Costos de Distribución	1100	1.50	1650	1650	0.94	1551
Financiamiento (15%)	1100	17.25	18975	1650	17.70	29205
<b>SUMAS TOTALES</b>		<b>134.57</b>	<b>148027</b>		<b>137.52</b>	<b>226908</b>
<b>B.- Costos Fijos</b>						
Costo de Almacén	1100	0.30	330	1650	0.32	528
Costo de Acondicionamie.	1100	0.55	605	1650	0.42	693
Otros Gastos	1100	0.50	550	1650	0.40	660
<b>SUMAS TOTALES</b>		<b>1.35</b>	<b>1485</b>		<b>1.14</b>	<b>1881</b>
<b>TOTAL GENERAL (A+B)</b>		<b>135.92</b>	<b>149512</b>		<b>138.66</b>	<b>228789</b>

**FUENTE** Elaborado de acuerdo a las informaciones obtenidas de los documentos de contabilidad como fuentes de información de cada empresa

**Interpretación del cuadro 9:** Para poder determinar el costo unitario del producto pantalones pioner para varones talla normal se tomó en cuenta el número de unidades compradas y/o adquiridas en el año 2015 y año 2016 que fueron de 1100 y 1650 unidades, a su costo de adquisición unitario se le adiciono los costos variables y costos fijos como gastos adicionales en las compras, tal como se muestra el cuadro, cuyo costo final de adquisición fue de S/135.92 y S/138.66 por unidad para los dos años respectivamente

**CUADRO 10**

Resumen de hoja de costo unitario por las Empresas en el año 2015 por producto.

	<b>PRODUCTO</b>	<b>PRODUCTO</b>	<b>PRODUCTO</b>
<b>EMPRESA</b>	<b>A</b>	<b>B</b>	<b>C</b>
Armengol Quispe Quispe	106.40	112.80	130.17
Marisol Yeni Vilca Gutiérrez	112.15	113.02	130.37
Juan Luis Condori Gil	121.40	116.25	135.92
<b>PROMEDIO</b>	<b>113.32</b>	<b>114.02</b>	<b>132.15</b>

**FUENTE** Resumen de los cuadros 01 al 09 sumas totales de Costo Variable más costo Fijo.

**Interpretación del cuadro 10:** en el presente año 2015 encontramos, el resumen de los costos unitarios obtenidos por cada empresa de los tres tipos de productos A, B, y C, en donde observamos el costo más bajo del producto A, B y C es del señor Armengol Quispe Quispe, debido a que este señor compra al contado los productos y utiliza capitales propios, el más alto es obtenido por el señor Juan Luis Condori Gil, por no tener suficiente capital propio o liquidez trabaja con préstamos bancarios, finalmente la señora Marisol Yeni vilca trabaja con capital propio y parte con préstamos.

**CUADRO 11**

Resumen de costo unitario obtenido por las Empresas en el año 2016 por producto.

	<b>PRODUCTO</b>	<b>PRODUCTO</b>	<b>PRODUCTO</b>
<b>EMPRESA</b>	<b>A</b>	<b>B</b>	<b>C</b>
Armengol Quispe Quispe	116.00	123.41	123.65
Marisol Yeni Vilca Gutiérrez	121.57	124.72	133.65
Juan Luis Condori Gil	127.28	124.56	138.66
<b>PROMEDIO</b>	<b>121.62</b>	<b>124.23</b>	<b>131.99</b>

**FUENTE** Resumen de los cuadros números 01 al 09 sumas totales de Costo Variable más costo Fijo

**Interpretación del cuadro 11:** en el presente año 2016 encontramos, el resumen de los costos unitarios obtenidos por cada empresa de los tres tipos de productos A, B, y C, en donde observamos que sucede el mismo caso del año anterior en el costo de los productos A, B y C es del señor Armengol Quispe Quispe, obtiene el menos costo, debido a que este señor mantiene sus compras al contado y utiliza sus capitales propios, el más alto es obtenido por el señor Juan Luis Condori Gil, en la misma forma que el año anterior, por no tener suficiente capital propio o liquidez trabaja con préstamos bancarios, finalmente la señora Marisol Yeni vilca trabaja parte con capital propio y parte con préstamos.

### CUADRO 12

Resumen de precio de venta unitario calculado por las Empresas en el año 2015 por producto.

	PRODUCTO	PRODUCTO	PRODUCTO
EMPRESA	A	B	C
Armengol Quispe Quispe	120.00	122.00	145.00
Marizol Yeni Vilca Gutierrez	118.00	125.00	143.00
Juan Luis Condori Gil	123.00	130.00	148.00
<b>PROMEDIO</b>	<b>120.33</b>	<b>125.67</b>	<b>145.33</b>

**FUENTE** Resumen de precio de ventas unitarias realizadas por las empresas de acuerdo al resumen de registro de ventas y facturas de ventas.

**Interpretación del cuadro 12:** en el año 2015 encontramos, el resumen de las ventas unitarios obtenidos por cada empresa de los tres tipos de productos A, B, y C, en donde observamos que el precio de venta unitario el más bajo de los productos A y B es de la señora Marisol Yeni vilca Gutiérrez, debido a que esta señora tiene un lugar de ubicación muy accesible a sus clientes y ventas superiores a los demás y mantiene sus compras en forma estable, el precio de

venta más alto es obtenido por el señor Juan Luis Condori Gil, porque ofrece a sus clientes que son de buena calidad y con garantía, finalmente el señor Armengol Quispe Quispe tiene sus precios bajos de acuerdo a su ubicación y trabaja con capital propio.

### CUADRO 13

Resumen de precio de venta unitario calculado por las Empresas en el año 2016 por producto.

	PRODUCTO	PRODUCTO	PRODUCTO
EMPRESA	A	B	C
Armengol Quispe Quispe	130.00	133.00	135.00
Marizol Yeni Vilca Gutierrez	135.00	136.00	140.00
Juan Luis Condori Gil	140.00	140.00	145.00
<b>PROMEDIO</b>	<b>135.00</b>	<b>136.33</b>	<b>140.00</b>

**FUENTE** Resumen de precio de ventas unitarias realizadas por las empresas de acuerdo al resumen de registro de ventas y facturas de ventas

**Interpretación del cuadro 13:** en el año 2016 encontramos, el resumen de las ventas unitarios obtenidos por cada empresa de los tres tipos de productos A, B, y C, en donde observamos que el precio de venta unitario de igual manera el más bajo de los productos A, B y C es del señora Armengol Quispe Quispe, debido a que este señor cambio su estrategia de trabajo vender a precios competitivos utilizando estrategia de márketing de ventas muy accesible a sus clientes y obtener ventas superiores a los demás y mantiene sus compras en forma estable, el precio de venta más alto es obtenido por el señor Juan Luis Condori Gil, porque ofrece a sus clientes que sus productos son de muy buena calidad y con garantía, finalmente la señora Marisol Yeni Vilca Gutiérrez tiene sus precios bajos de acuerdo a su ubicación y trabaja con capital propio.

**CUADRO 14**

Resumen de unidades compradas y vendidas por las Empresas en el año 2015 por producto.

	PRODUCTO	PRODUCTO	PRODUCTO
EMPRESA	A	B	C
Armengol Quispe Quispe	1200	1000	1000
Marizol Yeni Vilca Gutierrez	1200	1200	1300
Juan Luis Condori Gil	1200	1400	1100
<b>PROMEDIO</b>	<b>1200</b>	<b>1200</b>	<b>1133</b>

**FUENTE** Resumen de los cuadros 01 al 09 total de número de unidades compradas y vendidas.

**Interpretación del cuadro 14:** podemos apreciar el número de unidades adquiridos por los empresarios en el año 2015 encontramos, y observamos que el número de unidades compradas fue de Marisol Yeni Vilca Gutiérrez y Juan Luis Condori Gil con un número de 3700 unidades cada uno y de menor cantidad fue del señor Armengol Quispe Quispe con 3200 unidades.

**CUADRO 15**

Resumen de unidades compradas y vendidas por las Empresas en el año 2016 por producto.

	PRODUCTO	PRODUCTO	PRODUCTO
EMPRESA	A	B	C
Armengol Quispe Quispe	2000	1300	1500
Marizol Yeni Vilca Gutierrez	1500	1500	1800
Juan Luis Condori Gil	2000	1700	1650
<b>PROMEDIO</b>	<b>1833</b>	<b>1500</b>	<b>1650</b>

**FUENTE** Resumen de los cuadros Nos 01 al 09 total de número de unidades compradas y vendidas.

**Interpretación del cuadro 15** de la misma manera podemos apreciar el número de unidades adquiridos por los empresarios en el año 2016 encontramos, y observamos que el número de unidades compradas de menor número fueron del señor Armengol Quispe Quispe y señora Marisol Yeni Vilca

Gutiérrez con 4800 unidades cada uno y de mayor compra fue del señor Juan

Luis Condori Gil con un número de 5350 unidades.

## **CAPITULO V**

### **ANALISIS Y RESULTADOS**

#### **5.1 EXPOSICION Y ANALISIS DE LOS RESULTADOS**

Los resultados de los costos de comercialización en la compra y venta de prendas de vestir en la ciudad de Puno realizadas por las empresas se analizan en los cuadros que a continuación se presentan para cumplir con cada uno de los objetivos propuestos en el proyecto de Investigación del presente trabajo:

#### **5.2 DETERMINACION DE LOS COSTOS DE DISTRIBUCION SEGUN LAS EMPRESAS EN ESTUDIO:**

En el presente trabajo de Investigación, se determinó que los costos de distribución obtenidos por las empresas en los años 2015 y 2016 son ajustados de acuerdo a los diferentes gastos involucrados en las compras.

En los cuadros 01 al 09 insertamos los diferentes conceptos que son parte de los costos de distribución que son sumados para la determinación de costos de distribución constituidos tales como fletes, gastos de transportes, gastos administrativos y otros que incurren en el proceso de comercialización.

En los cuadros Nos 01 al 09 se reflejan el costo agregado e indirecto en que incurren las empresas de comercialización de prendas de vestir, como una evidencia, de gastos realizados para la determinación de costo de distribución.

### DETERMINACION DEL COSTO UNITARIO POR PRODUCTO:

Para poder determinar el costo unitario de adquisición por producto se tomó como datos fundamentales de los cuadros No 01 al 09 en donde nos muestra el costo total para cierta cantidad de unidades, ejecutadas por las empresas y el No de unidades compradas y vendidas anualmente por las empresas de acuerdo al resumen de volumen de producción cuyos resultados es como sigue:

### CUADRO 16

Resumen del costo de comercialización total realizado por las Empresas en el año 2015 por producto.

EMPRESAS	PRODUCTO A			PRODUCTO B			PRODUCTO C			COSTOS TOTALES
	CANT.	P. UNT.	C. TOTAL	CANT.	P. UNT.	C. TOTAL	CANT.	P. UNT.	C. TOTAL	
Armengol Quispe Quispe	1200	106.40	127680	1000	112.80	112800	1000	130.17	130170	370650
Marisol Yeni Vilca Gutiérrez	1200	112.15	134580	1200	113.02	135624	1300	130.37	169481	439685
Juan Luis Condori Gil	1200	121.40	145680	1400	116.25	162750	1100	135.92	149512	457942
<b>TOTALES</b>	<b>3600</b>		<b>407940</b>	<b>3600</b>		<b>411174</b>	<b>3400</b>		<b>449163</b>	<b>1268277</b>

**FUENTE** Resumen de los cuadros 01 al 15 del año 2015 costos unitarios y total de número de unidades compradas y vendidas.

### CUADRO 17

Resumen de comercialización total realizado por las Empresas en el año 2016 por producto.

EMPRESAS	PRODUCTO A			PRODUCTO B			PRODUCTO C			COSTOS TOTALES
	CANT.	P. UNT.	C. TOTAL	CANT.	P. UNT.	C. TOTAL	CANT.	P. UNT.	C. TOTAL	
Armengol Quispe Quispe	2000	116.00	232000	1300	123.41	160433	1500	123.65	185475	577908
Marisol Yeni Vilca Gutiérrez	1500	121.57	182355	1500	124.72	187080	1800	133.65	240570	610005
Juan Luis Condori Gil	2000	127.28	254560	1700	124.56	211752	1650	138.66	228789	695101
<b>TOTALES</b>	<b>5500</b>		<b>668915</b>	<b>4500</b>		<b>559265</b>	<b>4950</b>		<b>654834</b>	<b>1883014</b>

**FUENTE** Resumen de los cuadros 01 y 15 del año 2016 costos unitarios y totales de número de unidades compradas y vendidas.

Donde nos demuestra, que el costo de distribución unitario por producto para cada una de las empresas en estudio, obteniéndose el más alto en promedio es de Juan Luis Condori Gil S/124.52 y el más bajo es de Armengol Quispe Quispe S/116.46 en el año de 2015 y S/130.17, S/121.02 respectivamente en el año 2016.

### 5.3 ANALISIS ECONOMICO FINANCIERO Y RENTABILIDAD DE LAS EMPRESAS DEDICADAS A LA COMERCIALIZACION DE PRENDAS DE VESTIR.

El objetivo principal de las empresas es determinar si los beneficios obtenidos por las empresa en la ciudad de Puno, están en posibilidades de recuperar sus capitales invertidos para dicho fin. Los resultados obtenidos con la aplicación de ratios financieros de las empresas, en el análisis de los estados de resultados para los años de 2015 y 2016. Tal como muestra El anexo No 12

En el cuadro 17, se obtiene los resultados los análisis con los ratios correspondientes tomando como base los Estados Financieros y el estado de resultados de las tres empresas en estudio.

#### CUADRO 18

Resumen de la rentabilidad de las empresas.

RATIOS	Armengol Quispe Quispe	Marisol Yeni Vilca Gutiérrez	Juan Luis Condori Gil	Promedio
Rentabilidad General				
Año 2015	0.18%	0.26%	0.13%	0.19%
Año 2016	0.20%	0.21%	0.16%	0.19%
Rentabilidad de Ventas				
Año 2015	0.06%	0.05%	0.05%	0.05%
Año 2016	0.05%	0.05%	0.06%	0.05%
Rentabilidad de Patrimonio				
Año 2015	0.21%	0.34%	0.16%	0.24%
Año 2016	0.25%	0.26%	0.19%	0.23%

**FUENTE** Análisis de los ratios a los Estados Financieros según resultados de los ratios financieros de acuerdo a los anexos No 02 al 12 aplicaciones realizadas a las tres empresas cuyos resultados están formulados en el cuadro 17.

Cuya interpretación del cuadro 17 es lo siguiente, el principal objetivo es establecer las interrelaciones entre los componentes más significativos de los estados de financieros, que requieren una comprensión más amplia e inteligente, para la toma de decisiones.

El analista debe comprender que los datos contenidos en los estados financieros muestran una relación razonable o no, esto es una política financiera de las empresas.

El objetivo principal de las empresas es determinar si los beneficios obtenidos en la comercialización de prendas de vestir están en posibilidades de recuperar sus capitales invertidos para dicho fin. Los resultados obtenidos en la aplicación de los ratios financieros de las empresas, como son balance general y estado de resultados para los años de 2015 y 2016 podemos citar los siguientes:

Rentabilidad Patrimonial.- La empresa de Armengol Quispe Quispe obtiene, en los años de 2015 y 2016 resultados favorables de 0.21% y 0.25% respectivamente, la empresa de Marisol Yeni Vilca Gutiérrez un resultado de 0.34% y 0.26% en el año de 2015 y 2016 la empresa de Juan Luis Condori Gil obtiene en el año de 2015 un rendimiento de 0.16% y 0.19% en el año de 2016, en este caso el que obtuvo mayor porcentaje de utilidad fue el de la Sra. Marisol Yeni Vilca Gutiérrez, con respecto a otras empresas, debido a que esta empresa trabajó con menores porcentajes de gastos de comercialización durante los años mencionados

Rentabilidad General.- Podemos indicar que las empresas en estudio, aplicando la relación, Utilidad neta en función al activo total, no es tan equitativo, así como

la empresa de Sra. Marisol Yeni Vilca Gutiérrez se encuentra en buenas condiciones, con 0.26% y 0.21% respectivamente para los años 2015, 2016, seguido por la empresa del Sr. Armengol Quispe Quispe, que obtiene 0.18% y 0.20% para los años 2015 y 2016 y finalmente la empresa del Sr. Juan Luis Condori Gil, con un menor porcentaje de 0.13% y 0.16% respectivamente para los años 2015 y 2016

Rentabilidad de las Ventas.- Podemos indicar que los resultados obtenidos son diferenciables entre empresas, en función a la aplicación de los rubros del Estado financiero y el estado de resultados sometidas a las fórmulas de ratios, relacionado la función de utilidad neta en relación a ventas netas. Así podemos indicar que la empresa del Sr. Armengol Quispe Quispe Obtiene una rentabilidad de 0.06% y 0.05% para los años 2015 y 2016 es el que tiene mayor rentabilidad en ventas, seguido de otras empresas en las mismas condiciones. Estas dos últimas empresas en los años de 2015 y 2016 obtienen menores porcentajes de utilidades por tener precios unitarios elevados en los años mencionados.

**En resumen.-** La rentabilidad patrimonial para la empresa del Sr. Armengol Quispe Quispe aumento de 0.21 a 0.25% para el año 2016 y para la empresa de Sra Marisol Yeni vilca Gutiérrez Bajo de 0.34% a 0.26% en el año 2016 y el menor rentabilidad patrimonial fue del señor Juan Luis Condori Gil 0.16% y 0.19% para el año de 2016, debido a la falta de manejo administrativo financiero, el incremento de sus gastos y el movimiento del proceso de comercialización permaneciendo casi constante.

En los cuadros No 18 y 19 analizamos el volumen de ventas como se aprecia en dicho cuadro, la empresa que más ventas que ha realizado fue del Sr. Juan Luis Condori Gil, que vendió la cantidad de S/ 492,400.00 en el año de 2015, y el año

de 2016 S/.757,250.00 considerando que esta empresa cuenta con capital de trabajo suficiente y de poseer habilidades de venta con características muy especiales para la comercialización y la empresa que menos ventas obtuvo fue del Sr. Armengol Quispe Quispe que vendió la suma de S/.411,000.00 en el año de 2015 y S/635,400.00 en al año 2016, es necesario mencionar que esta empresa tienen ingresos bajos, debido a que disponen de capitales inferiores y de menor capacidad de habilidades para la venta.

#### **5.4 ANÁLISIS DE PUNTO DE EQUILIBRIO DE LAS EMPRESAS COMERCIALES DEDICADAS A LA COMPRA Y VENTA DE PRENDAS DE VESTIR:**

##### *5.4.1 Punto de Equilibrio*

El punto de equilibrio es el punto de actividad, donde el ingreso total es igual al costo total, donde no se gana ni se pierde en una actividad de Producción, también se denomina al punto de equilibrio aquel punto de actividad (volumen de ventas) donde los ingresos totales y los gastos totales son iguales es decir no existe ni utilidad ni pérdida.

El punto de equilibrio es el nivel de ventas en el cual los ingresos son iguales a los egresos y la utilidad es igual a cero. Se designa punto de equilibrio al vértice donde se juntan las ventas y los gastos totales es decir que no existen ni utilidades ni pérdidas.

También se conoce al punto de equilibrio con los siguientes nombres:

Punto neutro, Punto de empate, Punto Cero, Punto crítico, Punto muerto, Umbral de rentabilidad, Relación Costo – Volumen – Utilidad.

El punto de equilibrio se halla aplicando cuatro métodos diferentes:

- a) Margen de contribución.

- b) Método algebraico o de ecuaciones (Matemático)
- c) Método por tanteo
- d) Método gráfico.

En cualquier caso es necesario clasificar los costos de adquisición, gastos de ventas, gastos administrativos y luego separarlos en dos grupos; Costos Fijos y Costos Variables. Para determinación del punto de equilibrio. Los costos fijos y costos variables unitarios que incurren las empresas en la comercialización de productos finales, reflejan como una evidencia, de gastos realizados para la determinación de costo de comercialización.

1. Las Formulas para la determinación del punto de equilibrio está representado por lo siguiente:

Ingresos Totales = Total del costo Variable + Costo Fijo + Utilidad.

$$100 \times S/308.00 = 100 \times 300.00 + S/800.00 + 0.00$$

$$S/30,800.00 = S/30,000.00 + S/800.00 + 0.00$$

$$S/30,800.00 = S/ 30,800.00$$

Se determina con los siguientes datos:

Precio de Venta Unitario S/308.00 c/u

Costo Variable Unitario S/300.00 c/u

No de Unidades Compradas 100

Para estar en punto de equilibrio la empresa debe vender 100 unidades de producto, con precio de venta de S/308.00 c/u, costo variable unitario de S/300.00 c/u y costo fijo de S/800.00.

## 5.5 CONTRASTACION DE LOS OBJETIVOS CON LAS HIPOTESIS

### **PRIMERA HIPOTESIS.-**

El desconocimiento de aplicación de costos reales en la comercialización y/o distribución de productos de prendas de vestir los empresarios corren el riesgo de perder sus capitales.

De acuerdo a los resultados obtenidos con referencia a los costos y comercialización estas empresas en estudio, podemos afirmar que recuperan sus capitales invertidos a corto plazo y mediano plazo por tener una rentabilidad adecuada. Por lo tanto la hipótesis formulada, si se cumple genera mejores resultados económicos.

### **SEGUNDA HIPOTESIS.-**

Los empresarios que se dedican a la actividad de comercialización de prendas de vestir, deben aplicar los conocimientos modernos de Administración tales como análisis de punto de Equilibrio, como Instrumentos de medición para la toma de decisiones.

Visto los resultados de sus costos de comercialización también pueden soportar incrementos mayores tanto en compras de mercaderías y gastos adicionales a su costo de adquisición, en la comercialización de prendas de vestir, para ello es necesario que se estructuren la parte Administrativa organización de estas empresas, por lo tanto se determina que estas empresas requieren ser estructuradas sus costos en forma clara para cada producto de mercancía, con costos de distribución presupuestados, el punto de equilibrio es un instrumento de administración que sirve para pronosticar las ventas futuras. Por lo que la hipótesis planteada en su enunciado es parte de su aplicación total.

## CONCLUSIONES

Con los resultados obtenidos en el presente trabajo de Investigación se llegó a las siguientes conclusiones:

**Primera.-** Los costos de distribución para las empresas comercializadoras de prendas de vestir son muy similar, sólo varían sus costos operativos en función al volumen de ventas realizadas por las empresas tal como se aprecia en el cuadro No 10 al 19.

**Segunda.-** El resultado de los costos de comercialización constituye la suma de todos los gastos de comercialización, que forman parte al costo de las mercaderías adquiridas, así podemos indicar que para el año de 2010 la empresa del Sr. Armengol Quispe Quispe tiene un costo promedio de SI.116.46 por producto, Sra. Marisol Vilca Gutiérrez de SI.118.51, y empresa del Sr. Juan Luis Condori Gil de SI.124.52. Para el año 2016 tenemos el siguiente resultado de SI121.02, SI126.65 y SI130.17 respectivamente. Todos estos resultados obtenidos fueron en función a las encuestas, tabulación de los cuadros, los mismos que han sido llevados a un análisis en la determinación del total del costo de comercialización, con realización de las operaciones matemáticas y métodos de Investigación Inductivo y Deductivo.

**Tercera.-** Por la uniformidad de los gastos de valores agregados a las compras de mercaderías que forman los costos de distribución en las empresas comercializadoras de prendas de vestir en la ciudad de Puno están reflejados en las hojas de costos preestablecidos Nos 01 al 09 del presente trabajo de investigación. Afirmamos también que los costos de comercialización de prendas de vestir, estas empresas lo realizan en forma empírica sin ningún estudio analítico de los costos basados en la oferta y demanda de los empresario y los

usuarios tal como se aprecia en los estados financieros de estas empresas, los mismos que han sido estructurados de acuerdo a la información obtenida para los años de 2015 y 2016 de las empresas más representativas dedicadas a la comercialización de prendas de vestir en la provincia de Puno distrito de Puno.

**Cuarta.-** En cuanto a la rentabilidad General, de Ventas y rentabilidad patrimonial de las empresas estudiadas los resultados han arrojado los siguientes promedios: Rentabilidad patrimonial para el año de 2015 0.24%, para el año de 2016 de 0.23%, en cuanto a la rentabilidad general tenemos para el año de 2015 0.19%, para el año de 2016 0.19%, en cuanto a la rentabilidad de las ventas tenemos para el año de 2015 fue de 0.05%, para el año de 2016, 0.05%, significa que sus inversiones son favorables ya sea a corto plazo como a mediano plazo.

**Quinta.-** En cuanto a la determinación, del punto de equilibrio es muy importante porque esta es una herramienta de gestión administrativa que va llevar a un asesoramiento permanente para la toma de decisiones en la estructuración de los costos de comercialización y/o distribución así como para análisis e interpretación de los Estados Financieros.

## RECOMENDACIONES

A la realidad de las empresas que han sido estudiadas en el presente trabajo de Investigación se puede recomendar los siguientes:

**Primera.-** Es de mucha importancia para estas empresas la aplicación de un análisis de costos de distribución y/o comercialización con la finalidad de conocer los verdaderos costos de venta y ventas totales.

**Segunda.-** Se recomienda a los propietarios de las empresas dedicadas a comercialización de prendas de vestir incrementar mayores inversiones, mantener sus promedios de compras y ventas, así como manejar una política de ventas, de esta manera obtener mayores beneficios para cada empresa, para el desarrollo de la región del sur del País.

**Tercera.-** Los empresarios a la vez que son administradores de sus propias empresas deben conocer de muy cerca la realidad de su empresa en función al manejo contable económico financiero, de esta manera determinar cuál es su realidad y aplicar la toma de decisiones en función a los resultados reales de punto de equilibrio, que es una herramienta determinante para conocer cuánto se debe vender para no ganar ni perder y desde esa base conocer qué resultados ha de obtener.

**Cuarta.-** Para que estas empresas puedan mantenerse en óptimas condiciones de trabajo, se recomienda que el estudio de costos de comercialización y/o distribución estudiada, deben agregar una utilidad en función a la demanda y oferta del mercado, a su costo de adquisición para que de esta manera buscar a obtener utilidades necesarias.

**BIBLIOGRAFIA**

- 1) Adriazen Miguel. (1985).- "Costos y Punto de Equilibrio" Escuela Superior Tecnológica de Administración, LIMA PERU.
- 2) ANTHONY, ROBERT N. (1995) La contabilidad en la administración de empresas, texto y casos. México, Editorial Limusa, Noriega Editores.
- 3) ANDERSON, HENRY R. y Mitchell H. Raiborn. (1980) Conceptos básicos de contabilidad de costos. Tr. del original en inglés Basic Cost Accounting Concepts por el CP Alberto García Mendoza. 16ª reimpresión de la primera edición de 1980. Compañía Editorial Continental (CECSA), México,
- 4) Bacher Ramírez, Jacobson Padilla. (1987).- "Contabilidad de Costos, un Enfoque Administrativo para la toma de decisiones" Segunda Edición. Edición Libros M.C. Grawil México S.A.
- 5) Díaz Mosto Jorge.- (2014) Principios de Contabilidad 3ra Edición Editorial Autores Perú.
- 6) Díaz Mosto, Jorge.- (1987).- "Contabilidad de Costos, Manual de Contabilidad y Administración". Editorial Liro Técnica. LIMA PERU.
- 7) Franquies Antoine Marti.- (1979).- Enfoque a la contabilidad Gerencial Editorial México.
- 8) Guillespie, Cesar. (1974).- "Contabilidad y Control de Costos" Editorial Buenos Aires Argentina.
- 9) Hidalgo Ortega Jesús (1995) Contabilidad de Costos 2da Edición Editorial FECAT Perú.
- 10) Horngren, Charles: (1983) "La contabilidad de costos en la administración de empresas". Ed. Uteha, México.

- 11) Horngren Charles, Foster y Datar: (2002) "Contabilidad de Costos: Un enfoque gerencial". Prentice - Hall. México 10ª Edición
- 12) Hidalgo Ortega, Jesús.- (1992).- "Contabilidad de Costos" Segunda Edición LIMA PERU.
- 13) Neuner, John. (1972).- "Contabilidad de Costos y Práctica" Editorial Hispano Americano México.
- 14) Reyes Ponce, Agustín. (1971) Administración de empresas, teoría y práctica. Primera y segunda parte. México, Editorial Limusa-Wiley, SA.
- 15) Bueno Soto Aurelio Francisco.- (2012) "Análisis de los Estados Financieros de Cuatro Empresas de Puno". Tesis de UNA-PUNO
- 16) Chahuares, Eleodoro.- (1993).- "Preparación del Proyecto Conducción y redacción de Tesis Universitaria" UNA-PUNO PERU.
- 17) Jilaja Carita, Rene Reynaldo (1992).- "Ajuste de los Estados Financieros y el Efecto Tributario en el Sector Comercial del Distrito de Puno" Tesis Universitaria FCCA.UNA PUNO.
- 18) Mollocondo Ponce Juana (2002) Tesis "Análisis de determinación de Costo de Producción Artesanal en la Rama de tejidos de Punto de chompas en la Población Campesina de Puno"
- 19) Yépez Laime. Jacinto Guillermo (1999) Tesis "Instalación de la planta Industrial para la Fabricación de Ladrillos en Juliaca.
- 20) Zumarán Martínez, Gloria. (2003). "Sistema de Contabilidad Administrativa y Control Interno por Secciones de Actividades de las Empresas. Tesis Universitaria de FCCA-UNA-PUNO.
- 21) Sunat.- Tributos en el Régimen General y Especial, Folleto Quincenal, mes de Junio 2014 Lima Perú.

22) AGUILAR SALINAS, RAFAEL JACOBO. [raquliar@uladech.edu.pe](mailto:raquliar@uladech.edu.pe)

23) ESPEJO CHACON, LUIS FERNANDO. [lespejoc@uladech.edu.pe](mailto:lespejoc@uladech.edu.pe)

24) ORTIZ GONZALES, LUIS. [lortizg@uladech.edu.pe](mailto:lortizg@uladech.edu.pe)

25) VELASQUEZ PERALTA, NAZARETH RUTH. [nvelasquezp@uladech.edu.pe](mailto:nvelasquezp@uladech.edu.pe)

## ANEXOS

## Anexo 1: Hoja de Encuesta.

## ENCUESTA FORMULADA A LAS COMERCIALES

Encuesta para Investigación de costo de compra, venta y rentabilidad en las empresas comerciales de prendas de vestir en la ciudad de Puno.

- 1.- Razón social.....
- 2.- Actividad empresarial.....
- 3.- Que mercaderías compra y vende:
  - Compra de: .....
  - Vende en:.....
- 4.- Mercaderías de donde obtiene:
  - En la Localidad Si ( ) No ( )
  - Procede de Otra parte Si ( ) No ( )
- 5.- Los mercaderías es suministrada por:
  - Por un Proveedor Si ( ) No ( )
  - Varios Proveedores. Si ( ) No ( )
- 6.- Puede decirnos sobre los precios de las mercaderías:
  - Precios Bajos Si ( ) No ( )
  - Precios Promedios. Si ( ) No ( )
  - Precios Altos. Si ( ) No ( )
- 7.- Trabajadores de su empresa.
  - Propietarios cuantos ( ) Familiares ( )
  - Propietarios cuantos ( ) Operarios ( )
  - Operarios cuantos ( ) Destajo ( )
- 8.- Selecciona a sus Trabajadores.
  - Invitación Directa Si ( ) No ( )
  - Invitación por concurso Si ( ) No ( )
- 9.- Como paga a sus trabajadores
  - Planilla Si ( ) No ( )
  - Jornal Si ( ) No ( )
  - Destajo Si ( ) No ( )



- 10.- Como determina los costos de venta de mercaderías.
- |                               |        |        |
|-------------------------------|--------|--------|
| Considerando todos los costos | Si ( ) | No ( ) |
| Considerando algunos gastos   | Si ( ) | No ( ) |
- 11.- Conoce la Depreciación de bienes de activo fijo
- Si ( )    No ( )
- 12.- Lleva Registros de Contabilidad
- Si ( )    No ( )
- 13.- Cuál es la rentabilidad de su empresa.
- |          |        |        |
|----------|--------|--------|
| Bajo     | Si ( ) | No ( ) |
| Promedio | Si ( ) | No ( ) |
| Optimo   | Si ( ) | No ( ) |
- 14.- Participa en eventos de Capacitación.
- Si ( )    No ( )
- 15.- Quiere ampliar su empresa.
- |                    |        |        |
|--------------------|--------|--------|
| Equipos            | Si ( ) | No ( ) |
| Infraestructura    | Si ( ) | No ( ) |
| Capital de Trabajo | Si ( ) | No ( ) |

16.- Otros comentarios:

.....

.....

.....

.....

Puno Octubre de 2016.

FIRMA DEL ENCUESTADOR

FIRMA DEL ENCUESTADO

**Anexo 2:** Resumen del costo de comercialización total realizado por las Empresas en el año 2015 por producto.

EMPRESAS	PRODUCTO A			PRODUCTO B			PRODUCTO C			COSTOS TOTALES
	CANT.	P. UNT.	C. TOTAL	CANT.	P. UNT.	C. TOTAL	CANT.	P. UNT.	C. TOTAL	
Armengol Quispe Quispe	1200	106.40	127680	1000	112.80	112800	1000	130.17	130170	370650
Marizol Yeni Vilca Gutierrez	1200	112.15	134580	1200	113.02	135624	1300	130.37	169481	439685
Juan Luis Condori Gil	1200	121.40	145680	1400	116.25	162750	1100	135.92	149512	457942
<b>TOTALES</b>	<b>3600</b>		<b>407940</b>	<b>3600</b>		<b>411174</b>	<b>3400</b>		<b>449163</b>	<b>1268277</b>

**FUENTE.-** Resumen de los cuadros Nos 10 Y 14 costos unitarios y total de número de unidades compradas y vendidas, elaboradas por el ejecutor.

**Anexo 3:** Resumen del costo de comercialización total realizado por las Empresas en el año 2016 por producto.

EMPRESAS	PRODUCTO A			PRODUCTO B			PRODUCTO C			COSTOS TOTALES
	CANT.	P. UNT.	C. TOTAL	CANT.	P. UNT.	C. TOTAL	CANT.	P. UNT.	C. TOTAL	
Armengol Quispe Quispe	2000	116.00	232000	1300	123.41	160433	1500	123.65	185475	577908
Marizol Yeni Vilca Gutierrez	1500	121.57	182355	1500	124.72	187080	1800	133.65	240570	610005
Juan Luis Condori Gil	2000	127.28	254560	1700	124.56	211752	1650	138.66	228789	695101
<b>TOTALES</b>	<b>5500</b>		<b>668915</b>	<b>4500</b>		<b>559265</b>	<b>4950</b>		<b>654834</b>	<b>1883014</b>

**FUENTE.-** Resumen de los cuadros Nos 11 Y 15 costos unitarios y total de número de unidades compradas y vendidas, elaboradas por el ejecutor

**Anexo 4:** Resumen de precio de venta total realizado por las Empresas En el año 2015 por producto.

EMPRESAS	PRODUCTO A			PRODUCTO B			PRODUCTO C			COSTOS TOTALES
	CANT.	P. UNT.	C. TOTAL	CANT.	P. UNT.	C. TOTAL	CANT.	P. UNT.	C. TOTAL	
Armengol Quispe Quispe	1200	120.00	144000	1000	122.00	122000	1000	145.00	145000	411000
Marizol Yeni Vilca Gutierrez	1200	118.00	141600	1200	125.00	150000	1300	143.00	185900	477500
Juan Luis Condori Gil	1200	123.00	147600	1400	130.00	182000	1100	148.00	162800	492400
<b>TOTALES</b>	<b>3600</b>		<b>433200</b>	<b>3600</b>		<b>454000</b>	<b>3400</b>		<b>493700</b>	<b>1380900</b>

**FUENTE.-** Resumen de los cuadros Nos 12 y 14 costos unitarios y total de número de unidades compradas y vendidas, elaboradas por el ejecutor.

**Anexo 5:** Resumen de precio de venta total realizado por las Empresas  
En el año 2016 por producto.

EMPRESAS	PRODUCTO A			PRODUCTO B			PRODUCTO C			COSTOS
	CANT.	P. UNT.	C. TOTAL	CANT.	P. UNT.	C. TOTAL	CANT.	P. UNT.	C. TOTAL	TOTALES
Armengol Quispe Quispe	2000	130.00	260000	1300	133.00	172900	1500	135.00	202500	635400
Marizol Yeni Vilca Gutierrez	1500	135.00	202500	1500	136.00	204000	1800	140.00	252000	658500
Juan Luis Condori Gil	2000	140.00	280000	1700	140.00	238000	1650	145.00	239250	757250
<b>TOTALES</b>	<b>5500</b>		<b>742500</b>	<b>4500</b>		<b>614900</b>	<b>4950</b>		<b>693750</b>	<b>2051150</b>

**FUENTE.-** Resumen de los cuadros Nos 13 y 15 costos unitarios y total de número de unidades compradas y vendidas, elaboradas por el ejecutor.

**Anexo 6:** Balance General al 31 de diciembre de la Empresa en estudio de: Armengol Quispe Quispe.

GASTOS DIRECTOS	AÑO 2015	AÑO 2016
	ANUAL	ANUAL
<b>CUENTAS DEL ACTIVO</b>		
Activo Corriente Caja Bancos	40450	55670
Existencias	53087	68879
Activo Fijo Neto	25400	23400
Otras Cuentas del Activo	15944	11819
<b>TOTAL DEL ACTIVO NETO</b>	<b>134881</b>	<b>159768</b>
<b>CUENTAS DEL PASIVO</b>		
Tributos por Pagar	14157	22633
Remuneraciones por pagar	1350	790
Otras Cuentas del Pasivo	5400	8470
<b>TOTAL DEL PASIVO</b>	<b>20907</b>	<b>31893</b>
<b>PATRIMONIO</b>		
Capital personal	89707	95707
Reservas	0	0
Resultados Acumulados	0	0
Resultado del Ejercicio	24267	32168
<b>TOTAL DEL PATRIMONIO</b>	<b>113974</b>	<b>127875</b>
<b>TOTAL PASIVO + PATRIMONIO</b>	<b>134881</b>	<b>159768</b>

**FUENTE** Resumen de los Estados Financieros obtenidos de la Información Contable de las empresas en estudio estructurados por el ejecutor.

**Anexo 7:** Balance General al 31 diciembre de la Empresa en estudio de: Marizol Yeni Vilca Gutiérrez.

<b>GASTOS DIRECTOS</b>	<b>AÑO 2015</b>	<b>AÑO 2016</b>
	<b>ANNUAL</b>	<b>ANNUAL</b>
<b>CUENTAS DEL ACTIVO</b>		
Activo Corriente Caja Bancos	32470	48770
Existencias	34364	69590
Activo Fijo Neto	18400	23550
Otras Cuentas del Activo	12000	12500
<b>TOTAL DEL ACTIVO NETO</b>	<b>97234</b>	<b>154410</b>
<b>CUENTAS DEL PASIVO</b>		
Tributos por Pagar	15834	23331
Remuneraciones por pagar	1350	2100
Otras Cuentas del Pasivo	5400	3190
<b>TOTAL DEL PASIVO</b>	<b>22584</b>	<b>28621</b>
<b>PATRIMONIO</b>		
Capital personal	49130	56130
Reservas	0	0
Resultados Acumulados	0	36946
Resultado del Ejercicio	25520	32713
<b>TOTAL DEL PATRIMONIO</b>	<b>74650</b>	<b>125789</b>
<b>TOTAL PASIVO + PATRIMONIO</b>	<b>97234</b>	<b>154410</b>

**FUENTE.-** Resumen de los Estados Financieros obtenidos de la Información Contable de las empresas en estudio estructurados por el ejecutor.

**Anexo 8:** Balance General al 31 de diciembre de la Empresa en estudio de: Juan Luis Condori Gil.

<b>GASTOS DIRECTOS</b>	<b>AÑO 2015</b>	<b>AÑO 2016</b>
	<b>ANNUAL</b>	<b>ANNUAL</b>
<b>CUENTAS DEL ACTIVO</b>		
Activo Corriente Caja Bancos	75790	87650
Existencias	63697	100684
Activo Fijo Neto	20610	28303
Otras Cuentas del Activo	10090	40890
<b>TOTAL DEL ACTIVO NETO</b>	<b>170187</b>	<b>257527</b>
<b>CUENTAS DEL PASIVO</b>		
Tributos por Pagar	22131	30930
Remuneraciones por pagar	1120	790
Otras Cuentas del Pasivo	750	8470
<b>TOTAL DEL PASIVO</b>	<b>24001</b>	<b>40190</b>
<b>PATRIMONIO</b>		
Capital personal	123320	123320
Reservas	0	0
Resultados Acumulados	0	51639
Resultado del Ejercicio	22866	42378
<b>TOTAL DEL PATRIMONIO</b>	<b>146186</b>	<b>217337</b>
<b>TOTAL PASIVO + PATRIMONIO</b>	<b>170187</b>	<b>257527</b>

**FUENTE.-** Resumen de los Estados Financieros obtenidos de la Información Contable de las empresas en estudio estructurados por el ejecutor.

**Anexo 9:** Estado de resultados al 31 de diciembre del año.....de:  
Armengol Quispe Quispe.

<b>GASTOS DIRECTOS</b>	<b>AÑO 2015</b>	<b>AÑO 2016</b>
	<b>ANUAL</b>	<b>ANUAL</b>
Ventas Netas o Ingresos por Servicios	411000.00	635400.00
(-) Costo de Ventas	370650.00	577908.00
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>40350.00</b>	<b>57492.00</b>
Gastos de Administración	1430.00	1870.00
Gastos de Ventas	1440.00	1770.00
Otros Ingresos gravables		
Otros ingresos no gravables		
Otros Gastos	0.00	0.00
<b>UTILIDAD DE OPERACIÓN</b>	<b>37480.00</b>	<b>53852.00</b>
Participación de Utilidades	0.00	0.00
<b>UTILIDAD ANTES DEL IMPUESTO A LA RENTA</b>	<b>37480.00</b>	<b>53852.00</b>
Impuesto a la Renta del Ejercicio	13213.00	21684.00
Reserva Legal	0.00	0.00
<b>UTILIDAD O PERDIDA DEL EJERCICIO</b>	<b>24267.00</b>	<b>32168.00</b>

**FUENTE.-** Resumen de los Estados Financieros obtenidos de la Información Contable de las empresas en estudio estructurados por el ejecutor.

**Anexo 10:** Estado de resultados al 31 de diciembre del año.....  
de: Marizol Yeni Vilca Gutiérrez.

<b>GASTOS DIRECTOS</b>	<b>AÑO 2015</b>	<b>AÑO 2016</b>
	<b>ANUAL</b>	<b>ANUAL</b>
Ventas Netas o Ingresos por Servicios	477500.00	658500.00
(-) Costo de Ventas	439685.00	610005.00
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>37815.00</b>	<b>48495.00</b>
Gastos de Administración	1170.00	1560.00
Gastos de Ventas	1200.00	1500.00
Otros Ingresos gravables		
Otros ingresos no gravables		
Otros Gastos	0.00	0.00
<b>UTILIDAD DE OPERACIÓN</b>	<b>35445.00</b>	<b>45435.00</b>
Participación de Utilidades	0.00	0.00
<b>UTILIDAD ANTES DEL IMPUESTO A LA RENTA</b>	<b>35445.00</b>	<b>45435.00</b>
Impuesto a la Renta del Ejercicio	9925.00	12722.00
Reserva Legal	0.00	0.00
<b>UTILIDAD O PERDIDA DEL EJERCICIO</b>	<b>25520.00</b>	<b>32713.00</b>

**FUENTE.-** Resumen de los Estados Financieros obtenidos de la Información Contable de las empresas en estudio estructurados por el ejecutor.

**Anexo 11:** Estado de resultados al 31 de diciembre del año.....  
de: Juan Luis Condori Gil.

<b>GASTOS DIRECTOS</b>	<b>AÑO 2015</b>	<b>AÑO 2016</b>
	<b>ANUAL</b>	<b>ANUAL</b>
Ventas Netas o Ingresos por Servicios	492400.00	757250.00
(-) Costo de Ventas	457942.00	695101.00
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>34458.00</b>	<b>62149.00</b>
Gastos de Administración	1380.00	1710.00
Gastos de Ventas	1320.00	1580.00
Otros Ingresos gravables		
Otros ingresos no gravables		
Otros Gastos	0.00	0.00
<b>UTILIDAD DE OPERACIÓN</b>	<b>31758.00</b>	<b>58859.00</b>
Participación de Utilidades	0.00	0.00
<b>UTILIDAD ANTES DEL IMPUESTO A LA RENTA</b>	<b>31758.00</b>	<b>58859.00</b>
Impuesto a la Renta del Ejercicio	8892.00	16481.00
Reserva Legal	0.00	0.00
<b>UTILIDAD O PERDIDA DEL EJERCICIO</b>	<b>22866.00</b>	<b>42378.00</b>

**FUENTE.-** Resumen de los Estados Financieros obtenidos de la Información Contable de las empresas en estudio estructurados por el ejecutor.

**Anexo 12:** Análisis de los coeficientes financieros de las Empresas en estudio**1.- Empresa Comercial Armengol Quispe Quispe**

## a) RENTABILIDAD GENERAL:

$$= \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Activo Neto Tangible}} \times 100\%$$

$$\text{Para el Año de 2015} = \frac{24,267.00}{134,881.00} = 0.18\%$$

$$\text{Para el Año de 2016} = \frac{32,168.00}{159,768.00} = 0.20\%$$

## b) RENTABILIDAD DE LAS VENTAS:

$$= \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas Netas}} \times 100\%$$

$$\text{Para el Año de 2015} = \frac{24,267.00}{411,000.00} = 0.06\%$$

$$\text{Para el Año de 2016} = \frac{32,168.00}{635,400.00} = 0.05\%$$

## c) RENTABILIDAD DEL PATRIMONIO:

$$= \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Patrimonio Neto}} \times 100\%$$

$$\text{Para el Año de 2015} \quad = \frac{24,267.00}{113,974.00} = 0.21\%$$

$$\text{Para el Año de 2016} \quad = \frac{32,168.00}{127,875.00} = 0.25\%$$

## d) RENTABILIDAD DEL ACTIVO TOTAL:

$$= \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Activo Total}} \times 100\%$$

$$\text{Para el Año de 2015} \quad = \frac{24,267.00}{134,881.00} = 0.18\%$$

$$\text{Para el Año de 2016} \quad = \frac{32,168.00}{159,768.00} = 0.20\%$$

**2.- Empresa Comercial de Marisol Yeni Vilca Gutiérrez**

## a) RENTABILIDAD GENERAL:

$$= \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Activo Neto Tangible}} \times 100\%$$

$$\text{Para el Año de 2015} = \frac{25,520.00}{97,234.00} = 0.26\%$$

$$\text{Para el Año de 2016} = \frac{32,713.00}{154,410.00} = 0.21\%$$

## b) RENTABILIDAD DE LAS VENTAS:

$$= \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas Netas}} \times 100\%$$

$$\text{Para el Año de 2015} = \frac{25,520.00}{477,500.00} = 0.05\%$$

$$\text{Para el Año de 2016} = \frac{32,713.00}{658,500.00} = 0.05\%$$

## c) RENTABILIDAD DEL PATRIMONIO:

$$= \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Patrimonio Neto}} \times 100\%$$

$$\begin{aligned} & \frac{25,520.00}{74,650.00} = 0.34\% \\ \text{Para el Año de 2015} & = \text{-----} \\ & \frac{32,713.00}{125,789.00} = 0.26\% \\ \text{Para el Año de 2016} & = \text{-----} \end{aligned}$$

d) RENTABILIDAD DEL ACTIVO TOTAL:

$$= \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Activo Total}} \times 100\%$$

$$\text{Para el Año de 2015} = \frac{25,520.00}{97,234.00} = 0.26\%$$

$$\text{Para el Año de 2016} = \frac{32,713.00}{154,410.00} = 0.21\%$$

3.- **Empresa Comercial de Juan Luis Condori Gil**

a) RENTABILIDAD GENERAL:

$$= \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Activo Neto Tangible}} \times 100\%$$

$$\text{Para el Año de 2015} = \frac{22,866.00}{170,187.00} = 0.13\%$$

$$\text{Para el Año de 2016} = \frac{42,378.00}{257,527.00} = 0.16\%$$

## b) RENTABILIDAD DE LAS VENTAS:

$$= \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas Netas}} \times 100\%$$

$$\text{Para el Año de 2015} = \frac{22,866.00}{492,400.00} = 0.05\%$$

$$\text{Para el Año de 2016} = \frac{42,378.00}{757,250.00} = 0.06\%$$

## c) RENTABILIDAD DEL PATRIMONIO:

$$= \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Patrimonio Neto}} \times 100\%$$

$$\text{Para el Año de 2015} = \frac{22,866.00}{146,186.00} = 0.16\%$$

$$\text{Para el Año de 2016} = \frac{42,378.00}{217,337.00} = 0.19\%$$

## d) RENTABILIDAD DEL ACTIVO TOTAL:

$$= \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Activo Total}} \times 100\%$$

$$\text{Para el Año de 2015} = \frac{22,866.00}{170,187.00} = 0.13\%$$

$$\text{Para el Año de 2016} = \frac{42,378.00}{257,527.00} = 0.16\%$$

**UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y ADMINISTRATIVAS**  
**ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS CONTABLES**

**ARTICULO CIENTIFICO**

**DETERMINACION DEL COSTO DE VALOR AGREGADO EN  
PRENDAS DE VESTIR EN LAS EMPRESAS DEL MERCADO  
BELLAVISTA DE LA CIUDAD DE PUNO**

**"DETERMINATION OF THE COST OF VALUE ADDED IN CLOTHES  
IN THE COMPANIES OF THE BELLAVISTA MARKET  
OF THE CITY OF PUNO"**

**PRESENTADO POR**

**TEOFILO CESAR CRUZ HUARANCCA**

DIRECTOR DE TESIS :

:

Msc. MARCO E. CONDORLONOFRE

COORDINADOR  
DE INVESTIGACION :

:

Dr. PERCY QUISPE PINEDA

**PUNO**

-

**PERU**

**2017**

*AutORIZADO PARA IMPRIMIR*  
*14-11-2017*

**UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO  
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y ADMINISTRATIVAS  
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS CONTABLES**

**ARTICULO CIENTIFICO**

**DETERMINACION DEL COSTO DE VALOR AGREGADO EN  
PRENDAS DE VESTIR EN LAS EMPRESAS DEL MERCADO  
BELLAVISTA DE LA CIUDAD DE PUNO**

**"DETERMINATION OF THE COST OF VALUE ADDED IN CLOTHES  
IN THE COMPANIES OF THE BELLAVISTA MARKET  
OF THE CITY OF PUNO"**

**PRESENTADO POR**

**TEOFILO CESAR CRUZ HUARANCCA**

DIRECTOR DE TESIS : .....  
Msc. MARCO E. CONDORI ONOFRE

COORDINADOR : .....  
DE INVESTIGACION Dr. PERCY QUISPE PINEDA

**PUNO – PERU**

**2017**

**DETERMINACION DEL COSTO DE VALOR AGREGADO EN PRENDAS  
DE VESTIR EN LAS EMPRESAS DEL MERCADO BELLAVISTA DE LA  
CIUDAD DE PUNO**

**DETERMINATION OF THE COST OF VALUE ADDED IN CLOTHES  
IN THE COMPANIES OF THE BELLAVISTA MARKET  
OF THE CITY OF PUNO**

**PRESENTADO POR  
TEOFILO CESAR CRUZ HUARANCCA**

**UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO  
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y ADMINISTRATIVAS  
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS CONTABLES**

**UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO  
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y ADMINISTRATIVAS  
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS CONTABLES**

**DETERMINACION DEL COSTO DE VALOR AGREGADO EN PRENDAS  
DE VESTIR EN LAS EMPRESAS DEL MERCADO BELLAVISTA DE LA  
CIUDAD DE PUNO**

**DETERMINATION OF THE COST OF VALUE ADDED IN CLOTHES  
IN THE COMPANIES OF THE BELLAVISTA MARKET  
OF THE CITY OF PUNO**

**TEOFILO CESAR CRUZ HUARANCCA**

CORREO ELECTRONICO: [CESARCRUZ@gmail.com](mailto:CESARCRUZ@gmail.com)

Celular No 969248645

**RESUMEN**

El presente trabajo, se ha realizado en la ciudad de Puno mercado Bellavista, tomado como muestra a una población de 04 empresas que tienen distintas características de organización y trabajo los mismos, que operan dentro de la ciudad de Puno Provincia de Puno, departamento de Puno.

El objetivo principal del trabajo de Investigación es determinar los costos y la rentabilidad de las empresas en estudio, para tal efecto se ha utilizado como Materiales y Métodos análisis de los documentos fuentes en la determinación de los costos de comercialización de los diferentes productos, así mismo se tomó en cuenta los estados financieros de los años 2015 y 2016 de los cuatro grupos de empresas en estudio como son: El balance general y el estado de resultados, aplicando para ello el análisis por medio de la aplicación de los métodos de ratios Financieros en base a la ejecución de las fórmulas matemáticas y funciones financieras.

En la evaluación de los objetivos se utilizaron el método deductivo e inductivo, los cuales nos han permitido evaluar la problemática de las empresas en estudio, que lo hemos extraído en base a sus estados financieros, y las informaciones recopiladas de la misma fuente, que han sido bastante limitados para obtener la información necesaria por manejar estas empresas los datos muy confidenciales.

Es así que luego de la información obtenida y debidamente sistematizada en las empresas dedicadas en la comercialización de prendas de vestir, cuyos resultados se encuentran determinadas en los cuadros referentes a rentabilidad costos unitarios de los productos A, B, C y D denominados Casacas para varones talla Normal, Casacas Cordoroy para damas talla normal y pantalones pioner para varones talla normal registrados en los cuadros 10 al 17 y las ventas en los cuadros 18 y 19

Estos resultados económicos y determinación de los costos corresponden a los años de 2015 y 2016.

Por otra parte se ha determinado que estas empresas tienen como centro de distribución y comercialización la ciudad de Puno. Se ha observado también que los empresarios inversionistas en esta actividad de comercialización de prendas de vestir, no toman muy en cuenta los resultados de los estados financieros ni sus costos de comercialización, para la toma de decisiones.

Estos resultados fueron obtenidos en función a las encuestas, tabulación de los cuadros, los mismos que han sido llevados a un análisis del costo diario, mensual, y anual, con realización de las operaciones matemáticas y método de Investigación Inductivo y deductivo.

Las hipótesis planteadas que se encuentra en la página 46 y su contrastación en la página 94, podemos mencionar que las inversiones generaron buenos resultados económicos, así como con el manejo de los costos mínimos de las empresas dedicadas a la actividad de comercialización de prendas de vestir es posible recuperar sus inversiones a corto y mediano plazo.

Para ello se utilizaron métodos y técnicas de investigación deductivo, encuestas, descriptivo e interpretación de los resultados, cuya estructura de trabajo se muestran detallados en los siguientes capítulos:

Capítulo I: Este capítulo está referido al Planteamiento del problema, antecedentes de la investigación y objetivos del estudio

Capítulo II: El cual está referido a las fuentes teóricas en las que se basó el estudio, mediante el marco teórico y conceptual, utilizados en el proceso de investigación finalmente, la hipótesis del estudio.

Capítulo III: Detalla la metodología utilizada en el presente trabajo de investigación, enfocado en la obtención de resultados, con el fin brindar una solución al problema planteado.

Capítulo IV: Esta referido a las características del área de investigación: finalidad y localización de la Institución

Capítulo V: Detalla la investigación realizada, exposición y análisis de los resultados, en base a los datos recolectados, utilizando las técnicas de investigación planteadas. Finalmente en base a los resultados obtenidos en la investigación se formulan las conclusiones que a su vez son fuente para generar recomendaciones las cuales conllevan a mejorar la calidad de servicio de la empresa.

**Palabras claves:** Compra, Venta, Costo, Comercialización, Organización, Administración, proceso de adquisición, Rentabilidad, Estados Financieros.

### **ABSTRACT**

The present work, entitled "DETERMINATION OF THE COST OF VALUE ADDED IN GARMENT GARMENTS IN THE COMPANIES OF THE BELLAVISTA MARKET OF THE CITY OF PUNO", was carried out in the city of Puno market Bellavista, taken as a sample to a population of 04 companies That have different characteristics of organization and work the same, that operate within the city of Puno Province of Puno, department of Puno.

The main objective of the research work is to determine the costs and profitability of the companies under study, for that purpose has been used as Materials and Methods analysis of the source documents in the determination of the marketing costs of the different products, The financial statements for the years 2015 and 2016 of the four groups of companies under study were taken into account, such as: The balance sheet and income statement, applying the analysis through the application of the financial ratios methods in Basis for the execution of mathematical formulas and financial functions.

In the evaluation of the objectives we used the deductive and inductive method, which allowed us to evaluate the problems of the companies under study, which we have extracted based on their financial statements, and information collected from the same source, which have Been quite limited to get the information needed to manage these companies very confidential data.

Thus, after the information obtained and duly systematized in the companies engaged in the marketing of garments, the results of which are determined in table No. 31 regarding profitability unit costs of the products A, B, C and D called Jackets For men size Normal, Cordoroy jackets for ladies normal size and Pioneer pants for men of normal size registered in tables Nos 10 to 17 and sales in tables 18 and 19

These economic results and determination of costs correspond to the years of 2015 and 2016.

On the other hand, it has been determined that these companies have as distribution and marketing center the city of Puno. It has also been observed that entrepreneurs investing in this clothing marketing activity do not take into account the results of financial statements and their marketing costs for decision making.

These results were obtained in function of the surveys, tabulation of the tables, the same ones that have been taken to an analysis of the daily, monthly, and annual cost, with accomplishment of the mathematical operations and method of Inductive and deductive Investigation.

The hypotheses set forth on page 46 and their comparison on page 94, we can mention that the investments generated good economic results, as well as with the management of the minimum costs of the companies engaged in the activity of marketing of clothing It is possible to recover their investments in the short and medium term.

For this, methods and techniques of deductive research, surveys, descriptive and interpretation of the results were used, whose work structure is detailed in the following chapters:

Chapter I: This chapter deals with the Problem Statement, background to the research and study objectives

Chapter II: Which is referred to the theoretical sources on which the study was based, through the theoretical and conceptual framework, used in the research process, finally, the study hypothesis.

Chapter III: It details the methodology used in this research work, focused on obtaining results, in order to provide a solution to the problem.

Chapter IV: This refers to the characteristics of the research area: purpose and location of the Institution.

Chapter V: It details the investigation done, exhibition and analysis of the results, based on the collected data, using the raised research techniques. Finally, based on the results

obtained in the research, the conclusions are formulated which in turn are the source for generating recommendations which lead to improve the quality of service of the company.

**Keywords:** Purchase, Sale, Cost, Marketing, Organization, Administration, Procurement Process, Profitability, Financial Statements.

## INTRODUCCION

El presente trabajo de investigación, explica y expone el diagnóstico de la situación actual en la comercialización de una actividad importante especialmente en la ciudad de Puno que cuenta con muchas empresas comerciales de diferentes productos es lo que permite que las empresas comercializadoras se mantengan permanentemente en el mercado permitiendo mayor desarrollo local y regional, por tanto su disminución en la comercialización afectaría directamente a los consumidores establecimientos o empresas dedicadas a esta actividad.

Por lo que a través del presente trabajo de investigación se orienta a los Inversionistas o empresarios del sector de comercialización presentar una buena y adecuada organización empresarial, conocimiento y manejo de sus costos de Inversión de capitales, recuperación de los mismos traducidos en una rentabilidad real, mejorando la calidad de servicio en la presentación y el buen uso acorde a las nuevas políticas y estrategias de visión empresarial y de modernidad.

Se hace referencia que en el departamento de Puno especialmente en la Provincia de Puno falta una adecuada sistematización de comercio, promoción y divulgación, a esto se suma la falta de una buena red de comunicaciones expresadas en mejoramiento de Comercialización y distribución.

Por otro lado se observa que el gobierno Local no presta ninguna atención por velar los intereses económicos de la región para su mejora debiendo apoyar con otorgamiento de facilidades para su crecimiento de estas empresas. Cuyo problema General fue ¿Cómo influyen los costos de distribución de prendas de vestir en la ciudad de Puno y cuál es su rentabilidad en este sistema? y ¿Cuál es el punto de equilibrio en la oferta y demanda de los productos de prendas de vestir? Objetivo general Determinar los costos de distribución y/o comercialización y rentabilidad de las empresas dedicadas a la comercialización de prendas de vestir en la ciudad de Puno, los mismos que servirán como principales indicadores para establecer costos reales de comercialización y distribución. La hipótesis general fue las empresas que se dedican a la Producción y distribución de productos de prendas de vestir en la ciudad de Puno, corren el riesgo de perder sus capitales por la no

aplicación y utilización de un sistema de costos operativos eficientes. Por lo tanto su grado de rentabilidad financiera y económica es insuficiente.

## **MATERIALES Y METODOS**

Los Métodos en el presente artículo científico fueron de naturaleza cuantitativa cualitativa, por lo que se realizó manipulando determinadamente las variables bajo estudio y datos estadísticas, así también se utilizó los siguientes métodos Descriptivo: se utilizó para recoger, organizar, resumir, presentar, analizar, los resultados de las observaciones. Método Analítico se realizó en la disgregación de un todo, descomponiéndolo en sus partes o elementos con el objeto de revisarlas, estudiarlas, examinarlas, observar las causas, la naturaleza y sus defectos, así mismo nos permitió conocer, explicar, discutir y analizar la comercialización y/o distribución de prendas de vestir, Método Deductivo es aquél que parte de los datos generales a los particulares, para deducir por medio del razonamiento lógico, varias suposiciones, es decir; parte de verdades previamente establecidas como principios generales, para luego aplicarlos a casos individuales y comprobar así su validez. En cuanto a las Técnicas para la recolección de datos se utilizó el *análisis documental* que nos permitió hacer la recolección, clasificación y análisis de datos e información cualitativa a partir de: documentación bibliográfica: Libros, boletines. También se usó el método de la *observación* para interactuar la realidad con la observación directa. Esta técnica me ha permitido determinar que se está haciendo, como se está haciendo, quien lo hace, cuando se lleva a cabo, cuanto tiempo toma, donde se hace y porque se hace, con ello se verifico los procedimientos de comercialización, además se utilizó las *entrevistas* y *encuestas* que me permitieron analizar las características de los procedimientos con personal seleccionado cuidadosamente por sus conocimientos sobre el sistema de comercialización y con las encuestas se recopiló las opiniones y puntos de vista del personal que labora en el área de comercialización, que se tomaron como punto de partida para el estudio de la investigación.

Referente a la Población y Muestra de investigación; la población está conformada por los comerciantes de prendas de vestir del mercado Bellavista de la ciudad de Puno en donde se centraliza los recursos financieros.

## **RESULTADOS**

El presente artículo científico, se desarrolló en la ciudad de Puno, mercado bellavista para ello se ha tomado como muestra a una población de 04 empresas que tienen distintas características de organización y trabajo los mismos, que operan dentro de la ciudad de Puno Provincia de Puno, departamento de Puno. El objetivo principal del trabajo de

Investigación es determinar los costos y la rentabilidad de las empresas en estudio, para tal efecto se ha utilizado como Materiales y Métodos análisis de los documentos fuentes en la determinación de los costos de comercialización de los diferentes productos, así mismo se tomó en cuenta los estados financieros de los años 2015 y 2016 de los cuatro grupos de empresas en estudio como son: El balance general y el estado de resultados, aplicando para ello el análisis por medio de la aplicación de los métodos de ratios Financieros en base a la ejecución de las fórmulas matemáticas y funciones financieras.

**TABLA 01**

RESUMEN DEL COSTO DE COMERCIALIZACION TOTAL REALIZADO POR LAS EMPRESAS EN EL AÑO 2015 POR PRODUCTO.

EMPRESAS	PRODUCTO A			PRODUCTO B			PRODUCTO C			COSTOS TOTALES
	CANT.	P. UNT.	C. TOTAL	CANT.	P. UNT.	C. TOTAL	CANT.	P. UNT.	C. TOTAL	
Armengol Quispe Quispe	1200	106.40	127680	1000	112.80	112800	1000	130.17	130170	370650
Marisol Yeni Vilca Gutiérrez	1200	112.15	134580	1200	113.02	135624	1300	130.37	169481	439685
Juan Luis Condori Gil	1200	121.40	145680	1400	116.25	162750	1100	135.92	149512	457942
<b>TOTALES</b>	<b>3600</b>		<b>407940</b>	<b>3600</b>		<b>411174</b>	<b>3400</b>		<b>449163</b>	<b>1268277</b>

**FUENTE.-** Resumen de las tablas Nos 10 Y 14 costos unitarios y total de número de unidades compradas y vendidas, elaboradas por el ejecutor.

**TABLA 02**

RESUMEN DEL COSTO DE COMERCIALIZACION TOTAL REALIZADO POR LAS EMPRESAS EN EL AÑO 2016 POR PRODUCTO

EMPRESAS	PRODUCTO A			PRODUCTO B			PRODUCTO C			COSTOS TOTALES
	CANT.	P. UNT.	C. TOTAL	CANT.	P. UNT.	C. TOTAL	CANT.	P. UNT.	C. TOTAL	
Armengol Quispe Quispe	2000	116.00	232000	1300	123.41	160433	1500	123.65	185475	577908
Marisol Yeni Vilca Gutiérrez	1500	121.57	182355	1500	124.72	187080	1800	133.65	240570	610005
Juan Luis Condori Gil	2000	127.28	254560	1700	124.56	211752	1650	138.66	228789	695101
<b>TOTALES</b>	<b>5500</b>		<b>668915</b>	<b>4500</b>		<b>559265</b>	<b>4950</b>		<b>654834</b>	<b>1883014</b>

**FUENTE.-** Resumen de las tablas Nos 11 Y 15 costos unitarios y total de número de unidades compradas y vendidas, elaboradas por el ejecutor.

Donde nos demuestra, que el costo de distribución unitario por producto para cada una de las empresas en estudio, obteniéndose el más alto en promedio es de Juan Luis Condori Gil S/124.52 y el más bajo es de Armengol Quispe Quispe S/116.46 en el año de 2015 y S/130.17, S/121.02 respectivamente en el año 2016.

Tabla 03

## RESUMEN DE LA RENTABILIDAD DE LAS EMPRESAS

RATIOS	Armengol Quispe Quispe	Marisol Yeni Vilca Gutiérrez	Juan Luis Condori Gil	Promedio
<b>Rentabilidad General</b>				
Año 2015	0.18%	0.26%	0.13%	0.19%
Año 2016	0.20%	0.21%	0.16%	0.19%
<b>Rentabilidad de Ventas</b>				
Año 2015	0.06%	0.05%	0.05%	0.05%
Año 2016	0.05%	0.05%	0.06%	0.05%
<b>Rentabilidad de Patrimonio</b>				
Año 2015	0.21%	0.34%	0.16%	0.24%
Año 2016	0.25%	0.26%	0.19%	0.23%

FUENTE.- Análisis de los ratios a los Estados Financieros cuyos resultados están formulados en la tabla No 03 estructurados por el ejecutor.

El objetivo principal es establecer las interrelaciones entre los componentes más significativos de los estados de financieros, que requieren una comprensión más amplia e inteligente, para la toma de decisiones.

El analista debe comprender que los datos contenidos en los estados financieros muestran una relación razonable o no, esto es una política financiera de las empresas.

El objetivo principal de las empresas es determinar si los beneficios obtenidos en la comercialización de prendas de vestir están en posibilidades de recuperar sus capitales invertidos para dicho fin. Los resultados obtenidos en la aplicación de los ratios financieros de las empresas, como son balance general y estado de resultados para los años de 2015 y 2016 podemos citar los siguientes:

**Rentabilidad Patrimonial.-** La empresa de Armengol Quispe Quispe obtiene, en los años de 2015 y 2016 resultados favorables de 0.21% y 0.25% respectivamente, la empresa de Marisol Yeni Vilca Gutiérrez un resultado de 0.34% y 0.26% en el año de 2015 y 2016 la empresa de Juan Luis Condori Gil obtiene en el año de 2015 un rendimiento de 0.16% y 0.19% en el año de 2016, en este caso el que obtuvo mayor porcentaje de utilidad fue el de la Sra. Marisol Yeni Vilca Gutiérrez, con respecto a otras empresas, debido a que esta empresa trabajó con menores porcentajes de gastos de comercialización durante los años mencionados .

Rentabilidad General.- Podemos indicar que las empresas en estudio, aplicando la relación, Utilidad neta en función al activo total, no es tan equitativo, así como la empresa de Sra. Marisol Yeni Vilca Gutiérrez se encuentra en buenas condiciones, con 0.26% y 0.21% respectivamente para los años 2015, 2016, seguido por la empresa del Sr. Armengol Quispe Quispe, que obtiene 0.18% y 0.20% para los años 2015 y 2016 y finalmente la empresa del Sr. Juan Luis Condori Gil, con un menor porcentaje de 0.13% y 0.16% respectivamente para los años 2015 y 2016

Rentabilidad de las Ventas.- Podemos indicar que los resultados obtenidos son diferenciables entre empresas, en función a la aplicación de los rubros del Estado financiero y el estado de resultados sometidas a las fórmulas de ratios, relacionado la función de utilidad neta en relación a ventas netas. Así podemos indicar que la empresa del Sr. Armengol Quispe Quispe Obtiene una rentabilidad de 0.06% y 0.05% para los años 2015 y 2016 es el que tiene mayor rentabilidad en ventas, seguido de otras empresas en las mismas condiciones. Estas dos últimas empresas en los años de 2015 y 2016 obtienen menores porcentajes de utilidades por tener precios unitarios elevados en los años mencionados.

**En resumen.-** La rentabilidad patrimonial para la empresa del Sr. Armengol Quispe Quispe aumento de 0.21 a 0.25% para el año 2016 y para la empresa de Sra Marisol Yeni vilca Gutiérrez Bajo de 0.34% a 0.26% en el año 2016 y el menor rentabilidad patrimonial fue del señor Juan Luis Condori Gil 0.16% y 0.19% para el año de 2016, debido a la falta de manejo administrativo financiero, el incremento de sus gastos y el movimiento del proceso de comercialización permaneciendo casi constante.

En los cuadros No 18 y 19 analizamos el volumen de ventas como se aprecia en dicho cuadro, la empresa que más ventas que ha realizado fue del Sr. Juan Luis Condori Gil, que vendió la cantidad de S/ 492,400.00 en el año de 2015, y el año de 2016 S/.757,250.00 considerando que esta empresa cuenta con capital de trabajo suficiente y de poseer habilidades de venta con características muy especiales para la comercialización y la empresa que menos ventas obtuvo fue del Sr. Armengol Quispe Quispe que vendió la suma de S/.411,000.00 en el año de 2015 y S/635,400.00 en al año 2016, es necesario mencionar que esta empresa tienen ingresos bajos, debido a que disponen de capitales inferiores y de menor capacidad de habilidades para la venta.

## ANÁLISIS DE PUNTO DE EQUILIBRIO DE LAS EMPRESAS COMERCIALES DEDICADAS A LA COMPRA Y VENTA DE PRENDAS DE VESTIR:

### PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio es el punto de actividad, donde el ingreso total es igual al costo total, donde no se gana ni se pierde en una actividad de Producción, también se denomina al punto de equilibrio aquel punto de actividad (volumen de ventas) donde los ingresos totales y los gastos totales son iguales es decir no existe ni utilidad ni pérdida.

El punto de equilibrio es el nivel de ventas en el cual los ingresos son iguales a los egresos y la utilidad es igual a cero. Se designa punto de equilibrio al vértice donde se juntan las ventas y los gastos totales es decir que no existen ni utilidades ni pérdidas.

También se conoce al punto de equilibrio con los siguientes nombres:

Punto neutro, Punto de empate, Punto Cero, Punto crítico, Punto muerto, Umbral de rentabilidad, Relación Costo – Volumen – Utilidad.

El punto de equilibrio se halla aplicando cuatro métodos diferentes:

Margen de contribución.

Método algebraico o de ecuaciones (Matemático)

Método por tanteo

Método gráfico.

En cualquier caso es necesario clasificar los costos de adquisición, gastos de ventas, gastos administrativos y luego separarlos en dos grupos; Costos Fijos y Costos Variables. Para determinación del punto de equilibrio. Los costos fijos y costos variables unitarios que incurren las empresas en la comercialización de productos finales, reflejan como una evidencia, de gastos realizados para la determinación de costo de comercialización.

Las Formulas para la determinación del punto de equilibrio está representado por lo siguiente:

Ingresos Totales = Total del costo Variable + Costo Fijo + Utilidad.

$$\begin{aligned}
 100 \times S/308.00 &= 100 \times 300.00 + S/800.00 + 0.00 \\
 S/30,800.00 &= S/30,000.00 + S/800.00 + 0.00 \\
 S/30,800.00 &= S/ 30,800.00
 \end{aligned}$$

Se determina con los siguientes datos:

Precio de Venta Unitario S/308.00 c/u

Costo Variable Unitario S/300.00 c/u

No de Unidades Compradas 100

Para estar en punto de equilibrio la empresa debe vender 100 unidades de producto, con precio de venta de S/308.00 c/u, costo variable unitario de S/300.00 c/u y costo fijo de S/800.00.

### **DISCUSION**

Tesis: "Análisis de los Estados Financieros de Cuatro Empresas de Puno". AUTOR:

Aurelio Francisco Bueno Soto Tesis UNA. Llego a las siguientes conclusiones:

Para determinar la situación real de una empresa económica es imprescindible el análisis del Estado de situación financiera mediante la aplicación de ratios que relacionen diferentes cuentas. Si se corrigieran los Estados financieros mediante la aplicación del índice general de los precios y la reevaluación de Activo fijo resulta teniendo Patrimonio alto debido al cuantioso valor de sus activos fijos mostrando su solvencia a corto a mediano y largo plazo tiene respaldo financiero, si es que la evaluación se realiza con datos Históricos. En nuestro trabajo de Investigación definimos que los costos de distribución para las empresas comercializadoras de prendas de vestir es muy similar, sólo varían sus costos operativos en función al volumen de ventas realizadas por las empresas tal como se aprecia en los resultado de los costos de comercialización constituye la suma de todos los gastos de comercialización, que forman parte al costo de las mercaderías adquiridas.

Tesis: "Instalación de la planta Industrial para la Fabricación de Ladrillos en Juliaca.

**AUTOR: Jacinto Guillermo Yopez Laime.**

Al formular el costo se debe agrupar los gastos indirectos en los centros de costos auxiliares, que posteriormente se distribuyen en los centros de costos principales tomando como base de Distribución el Área del terreno, el plan Salarial, el porcentaje de servicio que presta el laboratorio, y los KWH consumidos en cada proceso.

En nuestro trabajo encontramos que por la uniformidad de los gastos de valores agregados a las compras de mercaderías que forman los costos de distribución en las empresas comercializadoras de prendas de vestir en la ciudad de Puno. Afirmamos que los costos de comercialización de prendas de vestir, estas empresas lo realizan en forma empírica sin ningún estudio analítico de los costos basados en la oferta y demanda de los empresarios. En cuanto a la determinación, del punto de equilibrio es muy importante porque esta es una herramienta de gestión administrativa que va llevar a un asesoramiento permanente para la toma de decisiones en la estructuración de los costos de comercialización y/o distribución así como para análisis e interpretación de los Estados Financieros.

Trabajos de Investigación realizados en la Facultad de Ciencias Contables y Administrativas que aseveran la existencia de varios trabajos referente a costo y rentabilidad pero que son distintos, al contenido del presente, puesto que relacionamos por

primera vez el comportamiento en el proceso de comercialización de productos finales entre los macro y pequeños empresarios, en este tipo de negocios en la ciudad de Puno.

**AUTOR: Mollocondo Ponce Juana (2002)**

Así mismo aseverar la existencia de varios trabajos referente a costo y rentabilidad pero que son distintos, al contenido del presente, puesto que relacionamos por primera vez el comportamiento en el proceso de comercialización de productos comerciales entre los macro y pequeños empresarios, en este tipo de negocios en la ciudad de Puno.

Las grandes y pequeñas empresas comerciales en el departamento de Puno, afronta serios problemas que no permiten un desarrollo sostenido. La comercialización constantemente enfrenta problemas de mercado, precios, abastecimiento de productos, los niveles comerciales desventajosos, han generado un paulatino proceso de estancamiento del comercio.

El proceso de comercialización en nuestra región se debe a la falta de incentivos y apoyo en sus diversas formas, agudizado por la pésima dirección de la política, Económico-financiero, provocando de esta manera el estancamiento del movimiento comercial: a esto se suma la falta de capacitación técnica que refuerce y tiende a generar mayores niveles de valor agregado.

**CONCLUSIONES**

Con los resultados obtenidos en el presente trabajo de Investigación se llegó a las siguientes conclusiones:

Los costos de distribución para las empresas comercializadoras de prendas de vestir son muy similar, sólo varían sus costos operativos en función al volumen de ventas realizadas por las empresas tal como se aprecia en las tablas No 10 al 19.

El resultado de los costos de comercialización constituye la suma de todos los gastos de comercialización, que forman parte al costo de las mercaderías adquiridas, así podemos indicar que para el año de 2015 la empresa de Sra. Luque de Cutipa Mamani Cesaria tiene un costo promedio de *SI.97.14* por producto, Barrera de Condori Avelina de *SI. 94.11*, y empresa de Zuñiga Vda de Condori Ana de *SI.105.56*. Para el año 2016 tenemos el siguiente resultado de *SI103.96*, *SI98.44* y *SI115.93* respectivamente. Todos estos resultados obtenidos fueron en función a las encuestas, tabulación de los cuadros, los mismos que han sido llevados a un análisis en la determinación del total del costo de comercialización, con realización de las operaciones matemáticas y métodos de Investigación Inductivo y Deductivo.

Por la uniformidad de los gastos de valores agregados a las compras de mercaderías que forman los costos de distribución en las empresas comercializadoras de prendas de vestir en la ciudad de Puno están reflejados en las hojas de costos preestablecidos Nos 01 al 09 del presente trabajo de investigación. Afirmamos también que los costos de comercialización de prendas de vestir, estas empresas lo realizan en forma empírica sin ningún estudio analítico de los costos basados en la oferta y demanda de los empresario y los usuarios tal como se aprecia en los estados financieros de estas empresas, los mismos que han sido estructurados de acuerdo a la información obtenida para los años de 2015 y 2016 de las empresas más representativas dedicadas a la comercialización de prendas de vestir en la provincia de Puno distrito de Puno.

En cuanto a la rentabilidad General, de Ventas y rentabilidad patrimonial de las empresas estudiadas los resultados han arrojado los siguientes promedios: Rentabilidad patrimonial para el año de 2015 37.52%, para el año de 2011 de 38.18%, en cuanto a la rentabilidad general tenemos para el año de 2015 30.54%, para el año de 2011 31.34%, en cuanto a la rentabilidad de las ventas tenemos para el año de 2015 fue de 8.70%, para el año de 2016, 8.87%, , significa que sus inversiones son favorables ya sea a corto plazo como a mediano plazo.

En cuanto a la determinación, del punto de equilibrio es muy importante porque esta es una herramienta de gestión administrativa que va llevar a un asesoramiento permanente para la toma de decisiones en la estructuración de los costos de comercialización y/o distribución así como para análisis e interpretación de los Estados Financieros.

**REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS**

**Adriazen M. (1985).**- "Costos y Punto de Equilibrio" Escuela Superior Tecnológica de Administración, LIMA PERU.

**Bacher Ramírez, Jacobson Padilla. (1987).**- "Contabilidad de Costos, un Enfoque Administrativo para la toma de decisiones" Segunda Edición. Edición Libros M.C. Grawil México S.A.

**Chahuares, Eleodoro.- (1993).**- "Preparación del Proyecto Conducción y redacción de Tesis Universitaria" UNA-PUNO PERU.

**Díaz Mosto, Jorge.- (1987).**- "Contabilidad de Costos, Manual de Contabilidad y Administración". Editorial Liro Técnica. LIMA PERU.

**Guillespie, C. (1974).**- "Contabilidad y Control de Costos" Editorial Buenos Aires Argentina.

**Hidalgo Ortega, Jesús.- (1992).**- "Contabilidad de Costos" Segunda Edición LIMA PERU.

**Jilaja Carita, Rene Reynaldo (1992).**- "Ajuste de los Estados Financieros y el Efecto Tributario en el Sector Comercial del Distrito de Puno" Tesis Universitaria FCCA.UNA PUNO.

**Neuner, W. (1972).**- "Contabilidad de Costos y Práctica" Editorial Hispano Americano México.

**Zumarán Martínez, Gloria. (1987).** "Sistema de Contabilidad Administrativa y Control Interno por Secciones de Actividades de las Empresas. Tesis Universitaria de FCCA-UNA-PUNO.

**Sunat.-** Tributos en el Régimen General y Especial, Folleto Quincenal, mes de Junio 2004 Lima Perú.