



Autónoma
Universidad Autónoma del Perú

FACULTAD DE CIENCIAS DE GESTIÓN Y COMUNICACIÓN
ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

TESIS

EL CONTROL DE COSTOS Y GASTOS Y SU RELACIÓN CON EL VALOR DE
VENTA EN UNA EMPRESA DEL SECTOR DE SERVICIOS – SAN ISIDRO – LIMA
– 2024

PARA OBTENER EL TÍTULO DE
CONTADOR PÚBLICO

AUTORA

VIZNEY QUILLA CHAHUARA (ORCID: 0009-0002-0051-4813)

ASESOR

MG. LORENZO MARTIN ZAVALA ORBEGOSO (ORCID: 0000-0002-5649-704X)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

CONTABILIDAD Y GESTIÓN EMPRESARIAL

LÍNEA DE ACCIÓN RSU

DESARROLLO E INNOVACION SOCIAL

LIMA, PERÚ, SETIEMBRE DE 2024



CC BY-SA

<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>

Esta licencia permite a otros re-mezclar, modificar y desarrollar sobre tu obra incluso para propósitos comerciales, siempre que te atribuyan el crédito y licencien sus nuevas obras bajo idénticos términos. Cualquier obra nueva basada en la tuya, lo será bajo la misma licencia, de modo que cualquier obra derivada permitirá también su uso comercial.

Referencia bibliográfica

Quilla Chahuara, V. (2024). *Control de costos y gastos y su relación con el valor de venta en una empresa del sector servicios – San Isidro – Lima - 2024* [Tesis de pregrado, Universidad Autónoma del Perú]. Repositorio de la Universidad Autónoma del Perú.

HOJA DE METADATOS

Datos del autor	
Nombres y apellidos	Vizney Quilla Chahuara
Tipo de documento de identidad	DNI
Número de documento de identidad	70382997
URL de ORCID	https://orcid.org/0009-0002-0051-4813
Datos del asesor	
Nombres y apellidos	Lorenzo Martin Zavaleta Orbegoso
Tipo de documento de identidad	DNI
Número de documento de identidad	17959732
URL de ORCID	https://orcid.org/0000-0002-5649-704X
Datos del jurado	
Presidente del jurado	
Nombres y apellidos	Paola Corina Julca Garcia
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	10713347
Secretario del jurado	
Nombres y apellidos	Leonidas Ricardo Zamalloa Vilchez
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	08656893
Vocal del jurado	
Nombres y apellidos	Mercedes Evagelina Lopez Almeida
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	08356616
Datos de la investigación	
Título de la investigación	Control de costos y gastos y su relación con el valor de venta en una empresa del sector servicios – San Isidro – Lima - 2024
Línea de investigación Institucional	Ciencia, Tecnología e Innovación
Línea de investigación del Programa	Contabilidad y Gestión Empresarial
URL de disciplinas OCDE	https://purl.org/pe-repo/ocde/ford#5.02.04

FACULTAD DE CIENCIAS DE GESTIÓN Y COMUNICACIONES
ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD
ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

En la ciudad de Lima, el jurado de sustentación de tesis conformado por: la DRA. PAOLA CORINA JULCA GARCIA como presidente, el DR. LEONIDAS RICARDO ZAMALLOA VILCHEZ como secretario y la DRA. MERCEDES EVANGELINA LOPEZ ALMEIDA como vocal, reunidos en acto público para dictaminar la tesis titulada:

**EL CONTROL DE COSTOS Y GASTOS Y SU RELACIÓN CON EL VALOR DE
VENTA EN UNA EMPRESA DEL SECTOR DE SERVICIOS – SAN ISIDRO – LIMA -
2024**

Presentado por la bachiller:
VIZNEY QUILLA CHAHUARA

Para obtener el **Título Profesional de Contador Público**; luego de escuchar la sustentación de la misma y resueltas las preguntas del jurado se procedió a la calificación individual, obteniendo el dictamen de **Aprobado** con una calificación de **TRECE (13)**.

En fe de lo cual firman los miembros del jurado, el 25 de setiembre del 2024.



PRESIDENTE
DRA. PAOLA CORINA JULCA
GARCIA



SECRETARIO
DR. LEONIDAS RICARDO
ZAMALLOA VILCHEZ



VOCAL
DRA. MERCEDES
EVANGELINA LOPEZ
ALMEIDA

ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD

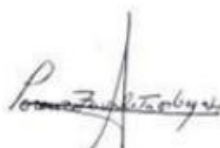
Yo Lorenzo Martín Zavaleta Orbegoso docente de la Facultad de Ciencias de Gestión y Comunicaciones de la Escuela Profesional de Contabilidad de la Universidad Autónoma del Perú, en mi condición de asesor de la tesis titulada:

EL CONTROL DE COSTOS Y GASTOS Y SU RELACIÓN CON EL VALOR DE
VENTA EN UNA EMPRESA DEL SECTOR DE SERVICIOS – SAN ISIDRO – LIMA
2024

De la bachiller Vizney Quilla Chahuara, certifico que la tesis tiene un índice de similitud de 18% verificable en el reporte de similitud del software Turnitin que se adjunta.

El suscrito revisó y analizó dicho reporte a lo que concluyó que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad Autónoma del Perú.

Lima, 25 de septiembre del 2024



Lorenzo Martín Zavaleta Orbegoso

DNI: 17959732

DEDICATORIA

A mi madre, por todos sus esfuerzos en apoyarme a cumplir mis metas y objetivos en la vida.

A mi familia, por no rendirse en lograr sus sueños, ellos son mi inspiración para seguir adelante, también a mis abuelos por sus consejos.

AGRADECIMIENTOS

A la institución universitaria por aceptar mi solicitud para sustentar mi tesis y de esa manera titularme como contador.

A mi Asesor, el profesor Zavaleta Orbegoso Lorenzo Martin, por guiarme en la elaboración de la tesis.

Por último, a los representantes de la empresa, que permitieron recolectar datos para realizar la investigación y a sus colaboradores por su amabilidad.

ÍNDICE

DEDICATORIA	2
AGRADECIMIENTOS	3
LISTA DE TABLAS	5
RESUMEN	6
ABSTRACT	7
I. INTRODUCCIÓN	8
II. MÉTODO	24
2.1. Tipo y diseño.....	25
2.3. Hipótesis	26
2.4. Variables y operacionalización.....	26
2.5. Instrumentos o materiales.....	27
2.6. Procedimiento	29
2.7. Análisis de datos	29
2.8. Aspecto éticos.....	30
III. RESULTADOS	31
IV. DISCUSIÓN	40
V. CONCLUSIONES	44
VI. RECOMENDACIONES	46
REFERENCIAS	
ANEXOS	

LISTA DE TABLAS

Tabla 1	Tamaño de la población y muestra
Tabla 2	Escala de cuestionario
Tabla 3	Los niveles para la validación del instrumento
Tabla 4	Resultado de la validación del instrumento
Tabla 5	Los niveles para medir la fiabilidad de las variables
Tabla 6	Estadística de la fiabilidad: El control de costos y gastos y valor de venta
Tabla 7	Resultado de la prueba de normalidad de las variables
Tabla 8	Variable 1: Control de costos y gastos
Tabla 9	Variable 2: Valor de venta
Tabla 10	Costo directo
Tabla 11	Costo variable
Tabla 12	Gastos del periodo
Tabla 13	Costo total
Tabla 14	Margen de utilidad
Tabla 15	Método de valor de venta
Tabla 16	Prueba de normalidad de variables
Tabla 17	Resultado de la medición de correlación de la hipótesis general
Tabla 18	Resultado de la medición de correlación de la hipótesis específica 1
Tabla 19	Resultado de la medición de correlación de la hipótesis específica 2
Tabla 20	Resultado de la medición de correlación de la hipótesis específica 3

**EL CONTROL DE COSTOS Y GASTOS Y SU RELACIÓN CON EL VALOR
DE VENTA EN UNA EMPRESA DEL SECTOR SERVICIOS – SAN ISIDRO – LIMA
– 2024**

VIZNEY QUILLA CHAHUARA

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL PERÚ

RESUMEN

El trabajo de investigación se desarrolló en una entidad que corresponde a la actividad de servicios, el estudio se basa en conocer la relación de las variables (control de costos y gastos, y el valor de venta). El método utilizado por el investigador en el estudio es tipo aplicado, el diseño utilizado es no experimental con el enfoque transversal-correlacional. El nivel que empleo en la investigación corresponde a un enfoque correlacional. En lo que se refiere a la población está compuesta por trabajadores y con respecto al tipo de muestra es probabilístico, en la que, incluyeron a los 12 empleados de la entidad. También ha utilizado el cuestionario en la recopilación de los datos, esto como herramienta del instrumento, la misma que fue revisado y aprobado por tres expertos, y para finalizar, la técnica utilizada fue la encuesta. Al analizar la fiabilidad de la información recopilada, los resultados muestran una correlación muy fuerte de 0.819 y así mismo una significancia de las variables de 0.001. En conclusión, se encontró que existe una relación muy fuerte entre las variables (control de costos y gastos, y el valor de venta), lo que destaca, lo importante que es llevar a cabo el control de manera adecuada de los costos y gastos de modo que ayude a obtener un valor de venta más preciso.

Palabras clave: control, valor de venta, servicios, costo y gasto

**EL CONTROL DE COSTOS Y GASTOS Y SU RELACIÓN CON EL VALOR DE
VENTA EN UNA EMPRESA DEL SECTOR SERVICIOS
– SAN ISIDRO – LIMA – 2024**

VIZNEY QUILLA CHAHUARA

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL PERÚ

ABSTRACT

The research work was developed in an entity that corresponds to the service activity, the study is based on knowing the relationship of the variables (control of costs and expenses, and the sales value). The method used by the researcher in the study is applied type, the design used is non-experimental with the transversal-correlational approach. The level that I used in the research corresponds to a correlational approach. Regarding the population, it is made up of workers and with respect to the type of sample it is probabilistic, in which the 12 employees of the entity were included. The questionnaire has also been used in data collection, this as a tool of the instrument, which was reviewed and approved by three experts, and finally, the technique used was the survey. When analyzing the reliability of the information collected, the results show a very strong correlation of 0.819 and also a significance of the variables of 0.001. In conclusion, it was found that there is a very strong relationship between the variables (cost and expense control, and sales value), which highlights how important it is to adequately control the costs and expenses of so that it helps obtain a more accurate sales value.

Keywords: control, sales value, services, cost and expense

I. INTRODUCCIÓN

Para prevenir los acontecimientos del siglo XXI y abordar las necesidades de la modernización en las estructuras nacionales, es importante tener en cuenta la urgencia de adaptarse a la economía global. Por lo tanto, es muy importante y necesario que la gestión se lleve de manera eficiente en cuanto a los costos y también a los gastos en todas las áreas de una organización, sin importar el tamaño o su actividad, resulta fundamental para asegurar que sus operaciones se desenvuelvan en concordancia con sus metas planificadas y, de esta manera, evitar posibles desviaciones, por ello, Jiménez y Narváez (2021) concluyen que todas las empresas deben controlar sus recursos, lo que le garantizará la “sostenibilidad, la estabilidad y su continuidad”.

La falta de conocimiento del costo de servicio puede ocasionar ciertas dificultades en la fijación de precios, por lo mismo, que son determinados de manera empírica, por ende, se hace tedioso establecer de cuáles son los servicios que generan un mayor margen de beneficio para la organización, con ello, impidiendo a la realización de una planificación para definir las acciones a seguir, también de que los informes financieros muestran resultados de utilidad o pérdida que no son fiables y, por consiguiente, la toma de decisiones no dispone de las herramientas necesarias (Flores, 2021). En esa misma línea Estrella-Montero et al, (2021) afirman, que los gerentes “desconocen lo que es un sistema de costos”, la mayoría de las empresas no cuentan con este sistema, y es por ello, que no permiten que se les asesore para su implementación.

En el Perú, según el informe del cuarto trimestre del 2023 del INEI, describe que al 31 de diciembre hay un total de más de 3 millones de empresas activas, y que la cifra es mayor que el año anterior en un 6.1%. Asimismo, se ha evidenciado una

diferencia de 521 empresas entre las que fueron constituidas (68 mil 847) y dadas de baja (68 mil 326) en los meses de octubre a diciembre.

No es novedad, que las empresas se encuentran cada vez más vulnerables, por la misma competencia, por los clientes que se han vuelto muy exigentes, por los cambios económicos, la globalización y el crecimiento eminente del desarrollo de la tecnología, hoy en día los gerentes tienen que buscar diferentes estrategias y herramientas para hacer frente a ello, desarrollar una gestión de calidad y de esa forma mantenerse en el mercado por más tiempo.

Al respecto, según Bonilla (2023) menciona, que se han creado muchas empresas en Babahoyo que se dedican a prestar servicios de internet, pero que muchas de ellas están cerrando, el motivo se debe a la inexistencia del control y la mala gestión de costos y gastos, es por ello que en palabras de Cevallos y Rugel (2022) mencionan, que las entidades privadas del sector de servicios, tienen problemas a la hora de identificar el costo directo e indirecto, también de los costos fijos y variables, mientras que en Perú, Lozano (2021) menciona, que elaborar un sistema de costos en el rubro del servicios es un reto, esto se debe, a que los servicios que solicita el cliente varían constantemente, por lo mismo que son diferentes para cada actividad en particular.

Asimismo, Ochoa-Marrufo et al. (2020) indican, que las empresas necesitan tener una gestión adecuada que les permita planificar, y también controlar cada proceso que tiene en la cadena de valor las entidades, los gerentes deben ser responsables de cada proceso y conocer la clasificación de los costos, lo que permitirá un mejor entendimiento en cuanto a la medición de esta.

En lo que respecta al estudio de la organización, es una compañía familiar que inició sus actividades en 1998, a lo largo de estos años se ha mantenido como

pequeña empresa, una de las actividades que realiza es el servicio de grabado a laser y otros. Uno de los problemas que tiene la entidad es el inadecuado control de los desembolsos que involucra la realización del servicio de grabado y de los gastos que genera la parte operativa de la entidad, esto se debe a que no están llevando una contabilidad de manera adecuada, también es porque no hay una supervisión de sus operaciones, por desconocimiento de la contabilidad de costo y una inadecuada gestión, es por ello, que no han podido determinar correctamente el valor de venta de sus servicios y han tomado decisiones que no son las más adecuadas. Uno de los desafíos de la entidad es mantenerse en el mercado, ya que muchos clientes que llegan a su establecimiento afirman que hay otras entidades que prestan el mismo servicio a bajos precios.

Al analizar los datos, se observa que hay una gran ausencia con respecto a la supervisión de los desembolsos que se relacionan a los servicios que ofrecen, en las que se destaca una clara ausencia del control de los elementos básicos (mano de obra y materiales), no están midiendo el tiempo que les toma completar el servicio, la eficacia y la calidad del trabajo de los empleados. Respecto a los materiales, el escaso control implica que no se está supervisando adecuadamente la adquisición, el uso y el manejo de estos materiales, lo que podría resultar en un uso ineficiente, desperdicio o incluso pérdidas económicas.

Por otro lado, se observa que la asignación del valor de venta se considera de acuerdo a la competencia, mas no a los de sus costos propios de la entidad, esto genera ajustar los precios para igualar a la competencia, podría reducir los márgenes de ganancia, especialmente si los costos de producción no se ajustan en consecuencia. También, se exponen a que los consumidores detecten que el servicio no sea de calidad y no tenga un valor agregado.

Finalmente, el investigador con los resultados que obtuvo, presentará un informe con sus recomendaciones.

En función a ello, el investigador se realiza los siguientes cuestionamientos ¿Cuál es la relación del control de costos y gastos con el valor de venta en una empresa del sector servicios – San Isidro – Lima – 2024? ¿Cómo es la relación entre los costos directos y el valor de venta en una empresa del sector servicio – San Isidro – Lima – 2024? ¿De qué manera se relacionan los costos indirectos y el valor de venta en una empresa del sector servicio – San Isidro – Lima – 2024? y ¿De qué forma se relacionan los gastos del periodo y el valor de venta en una empresa del sector servicio – San Isidro – Lima – 2024?

En relación con la revisión de los antecedentes internacionales, el investigador considera el trabajo de Tarco (2021) sobre la incidencia del costo de producción en determinar el precio de venta. Por su parte Durán (2021) se enfoca en la importancia de la gestión y el control de costo. En su tesis Gracia (2020) habla sobre utilizar técnicas para establecer el costo de servicio. Marino (2021) describe como estructurar un sistema ABC en una empresa de servicios, y Cevallos y Rugel (2022) buscan conocer la incidencia del costo y la fijación del precio. En el contexto a nivel nacional se consideró a Mendoza (2019) por su investigación en la determinación de la incidencia del control de costos y gastos con la rentabilidad. López y Vásquez (2022) buscan conocer la relación que existe entre el control de costos de servicios y la rentabilidad. Por su parte Burga (2020) investiga sobre los costos de servicios en centros educativos. En cuanto al nivel local se tomó en cuenta la investigación de Álvarez y Soto (2022) que proponen un sistema para cuantificar los costos para una empresa de servicios y la tesis de Rivero (2022) que trata sobre la relación que existe entre el costo de servicios y la rentabilidad.

La contabilidad de costos es un sistema mediante el cual se recopila, ordena, identifica, analiza y se registra la información monetaria de los hechos económicos que guardan relación con el producto tangible e intangible (Gracia, 2020). Por otro lado, Tarco (2021) expresa que, en la contabilidad de una empresa, la herramienta de costos es muy importante, ya que se encarga de analizar los desembolsos destinados a la producción o al servicio. Costos en la contabilidad es aquella rama que se encarga de los registros y la emisión de informes que están relacionados con el producto, grupos, es decir, con la misión de hacer seguimiento a las operaciones del almacén, revisar la mercadería, anotar la producción, establecer el costo a la producción, etc.

La gestión de costos como herramienta de la gerencia, se encarga de analizar y controlar, para que una empresa sea competitiva, para esto, se utilizan diferentes métodos, lo que permite una perspectiva estratégica, operativa y financiera, con el objetivo de implantar procesos que aseguren el funcionamiento de manera efectiva en la organización y de esa forma se logren todas las metas (Ochoa-Marrufo et al., 2020).

En palabras de Tarqui (2021) el control significa la supervisión de las actividades, el cual garantizara que todo lo que se realice en la entidad se desarrolle en función con lo planificado.

El control de costos: Para Salas y Gatica (2020) es aquella gestión en la que se tienen que supervisar y contrastar como va yendo el costo real en comparación con lo que se ha proyectado, esto implica encontrar a tiempo los desvíos y así tomar decisiones de manera rápida, que lleguen a encaminar los proyectos en la dirección que se establecieron desde el inicio.

El costo es aquello que se incurre para poder elaborar una determinada mercadería o brindar un servicio; cuando termine todo el proceso del producto, se podrá calcular el valor del artículo, incluyendo el beneficio (González & Patiño, 2019). En palabras de Lozano (2021) el costo es la medición monetariamente de las cantidades de insumos en físico y las horas de trabajo, y que se encuentra relación con un propósito, ya sea el producto, el departamento, la actividad o el servicio. En palabras de Vásquez (2020) el costo es la suma de esfuerzos humanos y de insumos o materiales que se utilizan para elaborar de un producto en particular, es tener que sacrificar para obtener un beneficio.

Los gastos son aquellos egresos que no se pueden recuperar, que no están relacionados con el producto, que no se espera que haya un ingreso en el futuro por ellos, esos egresos que sirven para la distribución y la comercialización (Ticona, 2020). Tiene que ver con todos esos pagos que son necesarios para que la entidad pueda operar, como, por ejemplo: la electricidad, el agua, los servicios de teléfono, el gas, la renta, las remuneraciones, el impuesto, los mantenimientos, y otros. Los gastos representan todos los costos que se derivan del ingreso en un periodo dado en todas las entidades, los de ventas y administración se transforman en gastos inmediatamente al ingresar (Tarqui, 2021).

El servicio se refiere a un conjunto de varias actividades que pretenden satisfacer las solicitudes de los clientes (Ticona, 2020). Es factible definir a una entidad de servicios como la que, mediante la ejecución de múltiples actividades, es capaz de otorgar un bien intangible. Por el hecho de que las entidades de servicio no se dedican a transformar la materia prima, sino que satisfacen las demandas mediante diversos servicios que ofrecen a sus clientes, de esta forma, se pueden

encontrar servicios tanto en salud, educación, finanzas, asesoría legal como servicios funerarios.

Para Gracia (2020) el costo de servicios son los egresos de dinero para la compra de materia prima, el pago de la mano de obra y otros gastos que son indirectos, todos estos egresos se relacionan con el servicio que se presta, en palabras de Lozano (2021) estas empresas no transforman un material, más bien conecta las necesidades que tienen un cliente mediante los servicios que prestan, por lo que hay dos tipo de categorías, las que realizan servicios específicos y las que integran varios, a modo de ejemplo, están las entidades de salud. Mientras que Rivero (2022) describe los elementos que tiene el costo de servicios son; la mano de obra, materiales y suministros, y otros recursos o más conocido como costos indirectos.

El costo directo representa a esos costos que intervienen, asocian y se identifican de manera sencilla con el producto (Mori, 2023). De igual forma lo define Barbarán (2020) el costo directo se pueden identificar fácilmente con la actividad, en áreas específicas y se relacionan e imputan directamente al producto o al departamento, sin importar la magnitud de la actividad.

Mano de obra directa: Son los desembolsos de todos aquellos colaboradores que están vinculados de forma directa y de una manera muy específica en la elaboración de los productos. Esto significa que cuando se transforma la materia prima para tener el producto final, es importante para que los colaboradores trabajen juntos en la construcción del producto. La característica fundamental de los costos directos radica en su capacidad de no requerir de esfuerzo adicional para ser fijados en el producto (Reátegui & Hidalgo, 2021). Desde el punto de vista de Barbarán (2020) es la que se percibe o se recompensa en función directa de su volumen, específicamente aplicada a un centro de costos.

Materiales directos: Dicho en palabras de Doria-Alarcón et al. (2020) se les llama a aquellos costos de insumos que son necesarios y primordiales en la producción, puesto que son elementos que se encuentran vinculados estrechamente con el producto, lo que resulta asequible para la contabilización o determinación del valor nominal.

Costo Primo: Esto se refiere a la suma de los materiales y la mano de obra, dicha en otras palabras es la acumulación de todos esos costos directos que están relacionados con la producción (Cevallos & Rugel, 2022).

El costo indirecto, según Rivero (2022) son los costos que incurre una empresa al realizar el servicio, pero no hay un vínculo directo en el proceso de la ejecución, mientras que para Barbarán (2020) no son fáciles de identificar con la actividad productiva, no hay relación directa con ninguna unidad, por lo que la distribución se realiza de manera parcial, en palabras de Álvarez y Soto (2022) son aquellos egresos que están relacionados con la producción, pero que son muy difíciles de medir y direccionar a un producto en específico. Se denomina a aquellos que se encuentran habitualmente relacionados con diversos productos, de manera, que no se encuentre alguna relación directa con ninguno de ellos.

Mano de obra indirecta: Son los sueldos que se paga a los colaboradores que apoyan de manera indirecta en la elaboración del producto (Panduro, 2019). La función a la que se dedica no tiene vínculo directo con los productos, un supervisor de planta es un claro ejemplo de esta manera de trabajar.

Materiales indirectos, según Doria-Alarcón et al. (2020) son materiales que no están estrechamente relacionados con el producto o, en muchas ocasiones, su valor es insignificante. Estos son los materiales que se utilizan para hacer un producto, pero que no están direccionados a alguno en particular.

Otros costos indirectos son aquellos que no se atribuyen con la producción o el servicio de la manera directa, ejemplo: la depreciación de un edificio (Mayorga & Fernández, 2021). Por otro lado Fuentes y León (2021) indican, que son costos necesarios a la hora de realizar el servicio y los clasifica en servicios básicos (agua, electricidad, telefonía e internet), la depreciación, el alquiler y el mantenimiento de las máquinas.

Los gastos del periodo, según Gonzáles y Patiño (2019) se trata de los costes que se otorgan para que los activos se mantengan en condiciones adecuadas o se puedan transformar para que esté debidamente ubicado en las tareas a diario. Existen cuatro categorías de gasto operativo, tales como gastos de carácter híbrido, representación, finanzas y administrativas. En la contabilidad, los gastos del periodo son aquellas variables que no están relacionados con la producción, y deben ser categorizadas con herramientas contables, de esa manera se clasifica en gastos administrativos y ventas. Es aquel gasto que se tienen que realizar para que la empresa funcione sin ningún problema. (Reátegui & Hidalgo, 2021).

Gastos administrativos: Los costes administrativos se derivan del ejercicio de la dirección, organización y administración, de manera que no se clasifican como una entidad ordinaria de la organización (Humanteca & Vicente, 2021). Los costes de administración son aquellos costes no técnicos, que se relacionan con la capacidad de funcionamiento de la organización, es decir, son necesarios para que la organización se encuentre en funcionamiento durante todos los días. Es importante mencionar que los gastos de administración no solo son para un departamento de la empresa, sino también para todos, como recursos humanos, contabilidad, marketing y otros. Otra información no menor, es que los gastos de administración administran un presupuesto que, por lo general, es fijo, lo cual no está vinculado con las ventas

que se producen en la organización (Azcona, 2022). En cuanto a los gastos administrativos, esto se refieren a los ingresos generados por la organización para el ejercicio operacional, tales como los salarios de los gerentes, secretarios, el servicio de internet, entre otros, ya que están relacionados con la actividad administrativa (Reátegui & Hidalgo, 2021).

Gasto de venta: Son gastos que se pagan al departamento de marketing que lleva el producto desde la empresa hasta el último consumidor (Barbarán, 2020). Para Poma (2021) los gastos de venta son un costo variable para la entidad y se clasifican en comisiones del área de venta, en el servicio de transporte de mercadería hacia el cliente, los sueldos del área de ventas, la publicidad en diferentes medios ya sea televisión o radio, etc. Los costos de venta incluyen los costes relacionados con el marketing, la logística y todas las tareas necesarias para asegurar que el producto o servicio se encuentren disponibles en el mercado y a los clientes (Naveros, 2023). Estos egresos son necesarios para la publicidad, para realizar la distribución y la entrega del producto o servicios de la organización. Se encuentran destinadas a satisfacer las demandas de los clientes, en otras palabras, son esos gastos que son para realizar la actividad de vender el producto.

Gastos Financieros, según Fernández (2023) define a los gastos financieros como esos pagos que se efectúan por ingresos de recursos financieros, tales como prestamos, los créditos, la emisión de deudas, así como otros. Los gastos relacionados con la financiación son básicamente el interés de algún préstamo, comisiones y/o mantenimientos del banco y otros gastos que cobra la entidad bancaria o prestamistas, según Poma (2021) son aquellos que se componen en principio por los intereses financieros y por ende también se consideran los gastos por diferencia del tipo de cambio.

Valor de venta, según Huamani y Pisfil (2023) el “valor de venta es la cantidad o valor monetario establecida por el vendedor hacia los consumidores donde influyen factores como el valor de mercado y la demanda” (p. 42). Por otra parte Bermúdez (2021) para determinar el valor de venta, se debe considerar el total de los costos de producción, los costos fijos, los costos variables además el porcentaje de ganancia que viene a ser la utilidad. En palabras de Gutiérrez y Medina (2019) el precio viene a ser el valor monetario que se le asigna a los productos luego de que estos sean analizados y se les haya considerado los costos en los que se hubieran incurrido, también se les conoce como costo de venta, para posteriormente añadirle el margen que la entidad desea obtener como beneficio, lo que se le nombra como margen de utilidad, el precio de venta se obtienen por la suma de estos dos componentes. En palabras de Condori y Maraza (2019) la definición del precio de venta de un producto, es otorgarle un valor en donde se tienen que incluir los costos y también los gastos que son utilizados en la compra de la mercadería, este debe tener un valor monetario y debe ser al alcance del cliente. También dependerá de la competencia, del mercado y la demanda. Darle un valor monetario al producto o mercadería es muy importante ya que mediante ella se genera ganancias y de esa manera se satisface a la sociedad.

Ventas, por otro lado, Huamani y Pisfil (2023) describen que es el intercambio de un valor económico por un producto o servicios, por lo que en la actividad comercial significa las ventas en ingresos que son en favor de la organización.

Costo total, según la perspectiva de Westreicher (2020) es la suma que engloba a todos los elementos en uno solo, que son importantes en la actividad económica. También se entiende por la suma de los costos variables, fijos y la cantidad que esta produce. Desde el punto de vista de Culcay (2022) el costos total

está compuesto por la Materia prima directa, Mano de obra directa, costos indirectos de fabricación, gastos de ventas, gastos administrativos y gastos financieros.

Condori y Maraza (2019) en su definición hacia los costos variables, menciona que al cambiar se efectúan en su totalidad, en función a la capacidad de sus actividades y la cantidad producida. La manera en que se comportan los costos variables, está determinada de acuerdo al volumen que se produzca, por eso mismo el total cambian en base a la cantidad que se obtenga, en cambio los valores unitarios son constantes. Por ejemplo; el material que se utiliza, a mayor producción aumenta la compra de materiales y viceversa.

Costos fijos: Se refiere a los costos que durante un tiempo permanecen constantes, sin tener en cuenta el volumen de la producción, las ventas o el servicio que se presta (Cevallos & Rugel, 2022). Por otra lado Condori y Maraza (2019) definen al costo fijo como algo estático a pesar de existir cambios relacionados con la capacidad de la actividad y la cantidad total producida, estos costos se mantienen constantes en su totalidad en un tiempo determinado. Es el costo fijo, el que se genera mensualmente y se mantiene del mismo valor dentro del periodo contable, sin importar el volumen que se produzca, ya que no está relacionado con el producto, aunque si se aprecia el cambio a nivel de unidades que se produzca.

Margen de utilidad bruta: Se entiende como el beneficio directo que se llega a obtener, luego de que la entidad descuenta los costos directos e indirectos que están relacionados con el producto final. Para la empresa que ofrecen servicios, se descuenta el costo de su ejecución. Es el beneficio directo que la empresa obtiene al llevar a cabo sus actividades comerciales menos el costo de producción (Clavijo, 2023), en palabras de Poma (2021) define al margen de utilidad bruta como aquel

que mide lo que los clientes pueden pagar por el bien o el servicio, por encima del costo del que fue adquirido el producto por la entidad.

Margen de utilidad operativa: Es un indicador que sirve para evaluar la eficiencia de la gestión sobre las operaciones principales en una organización. Un margen más alto indica una mayor eficiencia en la generación de utilidades a partir de las actividades operativas, mientras que un margen más bajo puede sugerir que la empresa enfrenta desafíos en términos de eficiencia operativa (Ludeña, 2021).

Margen de utilidad neta: El margen de utilidad neta se calcula restando los gastos fijos y variables, de tu utilidad bruta. Mantener un margen de utilidad neta estable a lo largo del tiempo permite a la empresas invertir, crecer y obtener beneficios a los accionistas (Clavijo, 2023)

Método basado en la demanda: Es la técnica que se utiliza para colocar los precios en base a las exigencias del mercado. Los precios tienen diferente percepción por los consumidores, el cual, si colocas un precio alto, se tendrá poco consumo del producto o servicio y si el precio es muy bajo, se obtendrá lo contrario. En ese sentido, es de suma importancia determinar correctamente los precios de un producto o servicio, y hacerlos atractivos para los que van a consumir, de modo que no afecte las ganancias de la entidad (Gracia, 2020).

Método basado en la competencia: Es la técnica que es considerada en aplicación de los precios de las demás empresas que tienen el mismo producto o servicio que de la entidad. Al definir el mismo importe que el competidor, la entidad que recién abre sus puertas en el mercado puede evitar los costos y errores que podrían aparecer en el proceso del ingreso al mercado por primera vez, claro está que estos precios basados en la competencia pueden generar poca retribución (Gracia, 2020).

Métodos basados en los costos: Esta técnica básicamente se centra en los costos que determina la propia entidad, es la valoración monetaria de todo lo que se utiliza en la producción de algún producto o servicio. Esta técnica es la más adecuada, por lo mismo que es objetivo y justo, por lo mismo que se conoce de manera muy exacta el costo variable y fijo (Gracia, 2020).

Según Ministerio de Economía y Finanzas (2021) define:

NIC 2, detalla directrices sobre su medición y reconocimiento. Su objetivo principal es determinar el costo que se debe reconocer como activo hasta que se reconozcan los ingresos correspondientes, aplica a todos los inventarios, excepto ciertos activos financieros y biológicos. La norma permite métodos como FIFO y costo promedio ponderado para la asignación de costos, y requiere ajustes en el valor en libros si el valor neto realizable disminuye. Con referente a la medición el costo comprende a todos los desembolsos que involucra la adquisición, transformación, así también otros incurridos para darles su condición y ubicación actual, las técnicas de medición de costos que se menciona en la norma son el método del costo estándar y el método de los minoristas. En cuanto al reconocimiento del gasto, se da cuando son vendidos (pp. 1-6).

NIC 12, el reconocimiento y medición de activos y pasivos por impuestos diferidos, y las implicaciones fiscales de las distribuciones de dividendos. Ganancia contable, es la ganancia neta o la pérdida neta del periodo antes de deducir el gasto por el impuesto a las ganancias. Ganancia fiscal (pérdida fiscal) es la ganancia (perdida) de un periodo, calculada de acuerdo con las reglas establecidas por las autoridades fiscales sobre la que se pagan (recuperan) los impuestos a las ganancias. Gasto (ingreso) por el impuesto a las ganancias es el importe total que, por este

concepto, se incluye al determinar la ganancia o pérdida neta del periodo, conteniendo tanto el impuesto corriente como el diferido (pp. 1-5).

Para el investigador es muy importante y relevante efectuar esta investigación, por lo que justifica de la siguiente manera:

A nivel teórico: El objetivo de lo teórico fue entender los aspectos teóricos y como se puede aplicar en estudios. También relacionar las dimensiones con las bases teóricas. Para resolver problemas, no solo a la entidad de estudio, sino también a otras que puedan estar pasando la misma situación o problemática.

A nivel metodológico: En este contexto, se empleó un instrumento que contribuyo a la captación de información confiable y posteriormente procesada, lo que nos proporciona información relevante con relación al análisis de la variable.

A nivel práctico social: Es muy importante, ya que debido a ello y los resultados que puedan surgir pueden ser utilizados por diversas empresas o entidades para ser aplicados o comparados. Asimismo, debe ser utilizado en las investigaciones que puedan relacionarse con el tema y que tenga como objetivo mejorar la gestión.

El presente trabajo tiene objetivo general en determinar la relación del control de costos y gastos con el valor de venta en una empresa del sector servicios – San Isidro – Lima – 2024 y como objetivos específicos en determinar la relación entre el costo directo y el valor de venta en una empresa del sector servicio – San Isidro – Lima – 2024, determinar la relación de los costos indirectos y el valor de venta en una empresa del sector servicio – San Isidro – Lima – 2024 y por último en determinar la relación de los gastos del periodo y el valor de venta en una empresa del sector servicio – San Isidro – Lima – 2024.

II. MÉTODO

2.1. Tipo y diseño

Tipo de investigación

La investigación tiene enfoque cuantitativo, por lo tanto, el tipo de investigación del presente trabajo es aplicada, ya que con la teoría de las variables que ya fueron descubiertos, analizados y así mismo aplicados en otras entidades, se pretende solucionar el problema de la entidad (Quispe, 2023).

Diseño de investigación

Con respecto al diseño es no experimental con corte transversal y correlacional, ya que se ha considerado la información de un solo periodo y de acuerdo con el planteamiento de la hipótesis se busca determinar la relación entre las variables. Asimismo, se analiza los datos recolectados sin realizar ninguna modificación (Quispe & Ortiz, 2020).

Nivel de investigación

En cuanto al nivel es correlacional, puesto que el objetivo principal busca la determinación de la relación entre la variable 1 y 2.

2.2. Población, muestra y muestreo

Población

A cerca de la población del siguiente trabajo está compuesta por 12 trabajadores.

Muestra y muestreo

En ese contexto, la muestra es probabilístico, por el hecho, en el que el investigador tuvo que considerar a la población en su totalidad (12 colaboradores de la empresa) (Quispe, 2023).

Tabla 1
Tamaño de la población y muestra

Áreas	Número	Áreas	Número
Administración	3	Ventas	2
Contabilidad	3	Taller	4

2.3. Hipótesis

2.3.1. Hipótesis general

- Existe relación significativa entre el control de costos y gastos y el valor de venta en una empresa del sector servicio– San Isidro – Lima – 2024

2.3.2. Hipótesis específicas

- Existe relación significativa entre los costos directos y el valor de venta en una empresa del sector servicio – San Isidro – Lima – 2024.
- Existe relación significativa entre los costos indirectos y el valor de venta en una empresa del sector servicio – San Isidro – Lima – 2024.
- Existe relación significativa entre los gastos del periodo y el valor de venta en una empresa del sector servicio – San Isidro – Lima – 2024

2.4. Variables y operacionalización

Variable 1: Control de costos y gastos

Definición conceptual: El control de costos y gastos corresponde a la identificación y monitoreo constante del proceso productivo, los costos son clasificados en costos directos y costos indirectos, controlables, fijos y variables (Ochoa-Marrufo et al., 2020).

El control de costos y gastos cuenta con tres dimensiones y nueve indicadores, las cuales se encuentran en el cuadro de operacionalización (ver anexo 1)

Variable 2: Valor de venta

Definición conceptual: Es el valor monetario por el que ofrece un vendedor a un cliente su producto, en esta investigación se refiere al precio sin incluir el impuesto a las ventas (IGV).

El valor de venta cuenta con tres dimensiones y nueve indicadores, las cuales se encuentran en el cuadro de operacionalización (ver anexo 1)

2.5. Instrumentos o materiales

Es esa ruta por la que debe seguir un investigador para llegar a la meta y de esa forma cumplir con el objetivo que se ha propuesto.

2.5.1. Técnicas

La encuesta se ha aplicado como técnica en el presente estudio, desde la posición de Ñaupá-Mejía et al. (2023) la técnica, es el proceso que permite regular con una serie de normas y también procedimientos, para alcanzar un objetivo en concreto.

2.5.2. Instrumentos

El cuestionario es lo que se aplicó como instrumento en este estudio, en este sentido Ñaupá-Mejía et al. (2023) menciona que son herramientas conceptuales para recopilar información o materiales que ha utilizado el investigador para recopilar datos. El método de la escala de Likert, se tuvo que utilizar para la medición de los datos que fueron obtenidos por la encuesta, el cual, se planteó de la siguiente forma.

Tabla 2
Escala de cuestionario

Ítem	Respuestas
1	Nunca
2	Casi nunca
3	A veces
4	Casi siempre
5	Siempre

2.5.3. Validez

Para poder utilizar los instrumentos, se requirió la evaluación de expertos para determinar si cumplían con los criterios metodológicos. Para que validaran se tuvo que presentar lo siguiente: La matriz de operacionalización (las variables, las dimensiones y los indicadores), la matriz de consistencia (problema, objetivos e hipótesis) y el instrumento utilizado (preguntas del cuestionario).

Tabla 3

Los niveles para la validación del instrumento

Rango	Medición
0 – 20%	Deficiente
21 – 40%	Regular
41 – 60%	Bueno
61 – 80%	Muy bueno
81 – 100%	Excelente

Tabla 4

Resultado de la validación del instrumento

Ítem	Datos del Experto	Puntaje
1	CPC David de la Cruz Montoya	75%
2	CPC Lorenzo Zavaleta Orbegoso	75%
3	CPC Jessica Marlem Rivas Carrasco	70%

2.5.4. Confiabilidad

Para medir la confiabilidad se empleó el coeficiente de alfa de Cronbach, se ha utilizado para el análisis de homogeneidad de los ítems.

Tabla 5

Los niveles para medir la fiabilidad de las variables

Ítem	Rango	Medición
1	0.81 al 1.00	Muy alta
2	0.61 al 0.80	Alta
3	0.41 al 0.60	Media
4	0.21 al 0.40	Baja
5	0.00 al 0.20	Muy baja

Tabla 6*Estadística de la fiabilidad: El control de costos y gastos y valor de venta*

Variab les	Alfa de Cronbach	Número de elementos
Control de costos y gastos	0.880	11
Valor de venta	0.745	09

2.6. Procedimiento

Para la recolección de datos, el investigador programó una reunión con los trabajadores en la oficina de la empresa, para que pudieran contestar la encuesta que fue entregada en hojas impresas, así se inició con la recolección de los datos, posteriormente se realizó la codificación en una laptop y para el registro se tuvo que utilizar el software Microsoft office Excel. Luego, en el análisis e interpretación, se procedió a cargar la información en el programa estadístico SPSS, el investigador finalizó con la presentación del resultado en tablas.

2.7. Análisis de datos

En cuanto al análisis, el investigador considero necesario registrase en la plataforma del IBM SPSS, para descargar el programa estadístico SPSS V29 que fue gratuito por un mes, se hizo uso del programa para el análisis descriptivo, la prueba de normalidad y la estadística inferencial.

Tabla 7*Resultado de la prueba de normalidad de las variables*

	Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.
Control de costos y gastos	0.756	12	0.003
Valor de venta	0.968	12	0.894

En la tabla 7, la distribución del valor $p = 0.003$ no es normal y del valor $p = 0.894$, es normal, en conclusión, la prueba de normalidad se considera normal, por ende, para medir la correlación se debe considerar el coeficiente Rho de Spearman.

2.8. Aspecto éticos

El investigador, de manera verbal solicitó la participación de los colaboradores en la encuesta, en donde se les explicó, que la participación es voluntaria y anónima, también, que no habrá divulgación de lo información, el cual se debe responder de manera autónoma sin la influencia de los demás.

III.

RESULTADOS

Tabla 8*Variable 1: Control de costos y gastos*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	12	100.0	100.0
	Total	12	100.0	

Explicación:

En función a la tabla 8, en respuesta a la distribución del control de costos y gastos, el 100% de los encuestados mencionan que el control es bajo. Lo que demuestra que no están siendo controlados de manera óptima.

Tabla 9*Variable 2: Valor de venta*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	12	100.0	100.0
	Total	12	100.0	

Explicación:

En función a la tabla 9, en respuesta a la distribución del valor de venta, el 100% de los encuestados respondieron que el valor de venta es bajo.

Tabla 10*Costo directo*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	9	75.0	75.0
	Regular	3	25.0	100.0
	Total	12	100.0	

Explicación:

En función a la tabla 10, en respuesta a la distribución del costo directo. El 75% de los encuestados respondieron que el control del costo directo es bajo, mientras que el 25% que es menciona que es regular.

Tabla 11
Costo variable

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	11	91.7	91.7
	Regular	1	8.3	100.0
	Total	12	100.0	

Explicación:

En función a la tabla 11, en respuesta a la distribución del control del costo variable. El 91.7% de los encuestados respondieron que el control es bajo, mientras que el 8.3% que es mencionan que el control es regular.

Tabla 12
Gasto del periodo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	12	100.0	100.0
	Total	12	100.0	

Explicación:

En función a la tabla 12, en respuesta a la distribución del gasto del periodo. El 100% de los encuestados respondieron que hay un bajo control.

Tabla 13
Costo total

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	2	16.7	16.7
	Regular	10	83.3	100.0
	Total	12	100.0	

Explicación:

En función a la tabla 13, en respuesta a la distribución del costo total. El 83.3% de los encuestados respondieron que el control es regular, mientras que el 16.7% respondieron que hay un bajo control.

Tabla 14
Margen de utilidad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	4	33.3	33.3
	Regular	7	58.3	91.7
	Bueno	1	8.3	100.0
	Total	12	100.0	

Explicación:

En función a la tabla 14, en respuesta a la distribución del margen de utilidad. El 58.3% de los encuestados respondieron que es “regular”, el 33.3% que está en la categoría “bajo” y el 8.3% mencionan que es “bueno”.

Tabla 15
Método de valor de venta

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	1	8.3	8.3
	Regular	9	75.0	83.3
	Bueno	2	16.7	100.0
	Total	12	100.0	

Explicación:

En función a la tabla 15, en respuesta a la distribución del método de valor de venta. El 75% de los encuestados respondieron que es “regular”, el 16.7% que está en la categoría “bueno” y el 8.3% mencionan que es “bajo”.

Prueba de hipótesis

En esta sección, se abordaron el análisis y resultados de los objetivos que se plantearon en el estudio. Por tanto, se tuvo que emplear para medir la prueba de normalidad, la estadística de Shapiro-Wilk que son para muestras inferiores a 50, el cual, permitió llegar a verificar que la distribución es normal para ambas variables. Con base en esto, el criterio que se empleó para determinar el coeficiente de correlación es el siguiente:

Regla:

Si el $p \geq 0,05$, los datos de las variables control de costos y gastos y el valor de venta proviene de la distribución normal

Si el $p < 0,05$, los datos de las variables control de costos y gastos y el valor de venta no proviene de la distribución normal

Tabla 16
Prueba de normalidad de variables

	Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.
Control de costos y gastos	0.756	12	0.003
Valor de venta	0.968	12	0.894

En función con la tabla 16, se observa la medición de normalidad de las dos variables. El control de costos y gastos tiene el valor p de 0.003. Esto significa que la variable no se distribuye normalmente. El valor de venta tiene el valor p de 0.894. Esto significa que no se puede descartar que se distribuya normalmente. Para concluir, la prueba de normalidad es no normal, en ese sentido se utiliza el coeficiente de Rho de Spearman para hallar la correlación.

Hipótesis general

Es nula la hipótesis H0: No existe relación significativa entre el control de costos y gastos y el valor de venta en una empresa del sector servicio– San Isidro – Lima – 2024.

Es alternativa la hipótesis Ha: Si existe relación significativa entre el control de costos y gastos y el valor de venta en una empresa del sector servicio– San Isidro – Lima – 2024.

Para aceptar o rechazar la hipótesis nula se tiene que cumplir con la siguiente regla:

Si: $p < 0,05$ rechaza la hipótesis nula.

Si: $p > 0.05$ acepta la hipótesis nula.

Tabla 17

Resultado de la medición de correlación de la hipótesis general

			Control de costos y gastos	Valor de venta
Rho de Spearman	Control de costos y gastos	Coeficiente de correlación	1.000	0.819
		Sig. (bilateral)	.	0.001
		N	12	12
	Valor de venta	Coeficiente de correlación	0.819	1.000
		Sig. (bilateral)	0.001	.
		N	12	12

Explicación:

En observación con la tabla 17, en primer lugar, el coeficiente del control de costos y gastos y el valor de venta tiene la correlación de 0.819, lo que indica una correlación positiva fuerte. En segundo lugar, la significancia tiene el valor p de 0.001, lo que implica que hay menos de 1% de probabilidad de que la correlación observada sea aleatoria. A fin de concluir, el investigador tiene que rechazar la hipótesis nula para que acepte la alternativa de la propuesta.

Hipótesis específicas 1

Es nula la hipótesis H0: No existe relación significativa entre los costos directos y el valor de venta en una empresa del sector servicio– San Isidro – Lima – 2024.

Es alternativa la hipótesis Ha: Si existe relación significativa entre los costos directos y el valor de venta en una empresa del sector servicio– San Isidro – Lima – 2024.

Para aceptar o rechazar la hipótesis nula se tiene que cumplir con la siguiente regla:

Si: $p < 0,05$ rechaza la hipótesis nula.

Si: $p > 0.05$ acepta la hipótesis nula.

Tabla 18

Resultado de la medición de correlación de la hipótesis específica 1

			Costo Directo	Valor de venta
Rho de Spearman	Costo Directo	Coeficiente de correlación	1.000	0.654*
		Sig. (bilateral)	.	0.021
		N	12	12
	Valor de venta	Coeficiente de correlación	0.654*	1.000
		Sig. (bilateral)	0.021	.
		N	12	12

Explicación:

Lo que se presenta en la tabla 18, en primer lugar, el coeficiente del costo directo y el valor de venta tiene la correlación de 0.654, por lo que se entiende que la correlación es positiva y moderada. En segundo lugar, se muestra una significancia estadística del valor $p = 0.021$, lo que implica que hay menos del 5% de probabilidad de que la correlación observada sea aleatoria. A fin de concluir, el investigador rechaza la hipótesis nula y tiene que aceptar la alternativa que se ha propuesto.

Hipótesis específicas 2

Es nula la hipótesis H0: No existe relación significativa entre los costos indirectos y el valor de venta en una empresa del sector servicio– San Isidro – Lima – 2024.

Es alternativa la hipótesis Ha: Si existe relación significativa entre los costos indirectos y el valor de venta en una empresa del sector servicio– San Isidro – Lima – 2024.

Para aceptar o rechazar la hipótesis nula se tiene que cumplir con la siguiente regla:

Si: $p < 0,05$ rechaza la hipótesis nula.

Si: $p > 0.05$ acepta la hipótesis nula.

Tabla 19

Resultado de la medición de correlación de la hipótesis específica 2

			Costo indirecto	Valor de venta
Rho de Spearman	Costo indirecto	Coefficiente de correlación	1.000	0.637*
		Sig. (bilateral)	.	0.026
		N	12	12
	Valor de venta	Coefficiente de correlación	0.637*	1.000
		Sig. (bilateral)	0.026	.
		N	12	12

*. La correlación es significativa en el nivel 0.05 (bilateral).

Explicación:

Lo que se muestra en la tabla 19, en primer lugar, el coeficiente del costo indirecto y el valor de venta, tiene la correlación de 0.637, por lo que se entiende que hay una correlación positiva y también moderada. En segundo lugar, se muestra una significancia estadística que da el valor de p 0.026, lo que implica que hay menos del 5% de probabilidad de que la correlación observada sea aleatoria, A fin de concluir, el investigador rechaza la hipótesis nula y tiene que aceptar la alternativa que se ha propuesto.

Hipótesis específicas 3

Es nula la hipótesis H0: No existe relación significativa entre los gastos del periodo y el valor de venta en una empresa del sector servicio – San Isidro – Lima – 2024.

Es alternativa la hipótesis Ha: Si existe relación significativa entre los gastos del periodo y el valor de venta en una empresa del sector servicio – San Isidro – Lima – 2024.

Para aceptar o rechazar la hipótesis nula se tiene que cumplir con la siguiente regla:

Si: $p < 0,05$ rechaza la hipótesis nula.

Si: $p > 0.05$ acepta la hipótesis nula.

Tabla 20

Resultado de la medición de correlación de la hipótesis específica 3

			Gasto del periodo	Valor de venta
Rho de Spearman	Gasto del periodo	Coeficiente de correlación	1.000	0.729**
		Sig. (bilateral)	.	0.007
		N	12	12
	Valor de venta	Coeficiente de correlación	0.729**	1.000
		Sig. (bilateral)	0.007	.
		N	12	12

** . La correlación es significativa en el nivel 0.01 (bilateral)

Explicación:

En función con la tabla 20, en primer lugar, el coeficiente de los gastos del periodo y el valor de venta tiene una correlación de 0.729, lo que se entiende como una correlación fuerte y positiva. En segundo lugar, se muestra una significancia estadística de 0.007, lo que implica que hay menos del 1% de probabilidad de que la correlación observada sea aleatoria. A fin de conclusión, la hipótesis nula se rechaza y se acepta la alternativa que el investigador ha propuesto.

IV. DISCUSIÓN

Para abordar los problemas se tuvo que revisar teorías en libros, artículos y tesis que abordaron el tema de la investigación. Hoy en día los gerentes que lideran las organizaciones necesitan conocer la importancia de la contabilidad de costos, para que de esa forma puedan realizar una gestión de manera eficiente que permita controlar adecuadamente los costos y gastos, y que conlleve a determinar de manera correcta el valor de venta. Asimismo, se muestran los resultados que se obtuvieron de la medición del instrumento, la correlación es 0.880 para la variable 1 (control de costos y gastos) y 0.745 para la variable 2 (valor de venta), los datos se obtuvieron mediante la prueba estadística de Alfa de Cronbach.

Con respecto al objetivo general, los resultados muestran que la correlación existente es positiva y también fuerte, que da como resultado la significancia de 0.819, para lo que se tuvo que emplear la técnica del coeficiente Rho Spearman. Esto quiere decir que, a mayor control del costo y gasto, la entidad tendrá mayor capacidad de competencia en términos de precios. Esta afirmación se respalda con la investigación realizada por Gracia (2020), que al no identificar correctamente los elementos de costos, es muy difícil de conocer de forma real de los valores de cada elemento que son de importancia para la determinación del valor de venta. Asimismo, Mendoza (2019) menciona que el control de costos y gastos es muy significativa en la gestión de los recursos de la entidad, esto se relaciona con un mayor margen de ganancia bruto, operacional y neto, en palabras de Jiménez y Narváez (2021) concluye que para que las empresas sean competitivas deben utilizar técnicas de control y gestión que permitirán optimizar los recursos y también eso incentiva que el trabajo se realice eficientemente y de calidad.

Por otro lado, al analizar el objetivo específico 1, los resultados muestran una correlación existente de 0.654, este dato se entiende que es positiva y moderada. Lo que lleva al investigador a que rechazara a la hipótesis nula y de modo que acepte la alterna, esto sugiere que hay tendencias al aumento en el valor de venta a medida que aumenta el costo directo, es por ello, que se debe realizar un control eficientemente de los elementos de producción, Asimismo, Cevallos y Rugel (2022) señalan que para una gestión eficiente de los costos es necesario adoptar métodos, que permitan obtener valores reales de la mano de obra y materiales que son utilizados en los servicios, según Ticona (2020) la información de costos se utiliza para valorizar el costo de la mano de obra directa e indirecta, para colocar el precio final al servicio, también en dirigir, controlar y tomar decisiones de manera estratégica.

En la discusión de esta parte con referente al objetivo específica 2, los resultados muestran una correlación existente de 0.637, este dato demuestra que hay una correlación que es positiva y moderada, por lo que acepta la alterna, esto sugiere que existe la tendencia a que aumentará el valor de venta a medida que aumente el costo indirecto, por lo que debemos tener presente, si no se identifican correctamente o no se realiza el control de manera eficiente a los costos indirectos, el valor de venta determinado no será el correcto. Es por ello, Chicaiza (2020) en su investigación referente a la gestión de costos de producción, recomienda implementar un sistema de costos, para conocer el comportamiento de los costos y que permita una correcta determinación de los costos indirectos, de acuerdo a la actividad de la entidad, según la investigación de Fuentes y León (2021), menciona que en la empresa que realizo los estudios no estaban tomando en cuenta los costos indirectos en la determinación del precio de venta, lo cual era incorrecto, ya que la depreciación y otros gastos forman parte del costo de servicios.

Para finalizar, se analiza los resultados que tienen que ver con el objetivo específico 3, para ello, el resultado muestra una correlación de 0.729, el cual se entiende que existe una correlación positiva y fuerte, en ese caso, se tiene que aceptar la alterna, esto sugiere que si aumenta los gastos del periodo, el valor de venta tiende a aumentar de manera considerable, esto se debería a un incremento en los gastos por publicidad y promociones de los servicios, conocer esta información es muy valiosa e importante para que se tome una decisión fiable, ya que sugiere la importancia en considerar y gestionar eficientemente los costos asociados con las actividades periódicas. Chicaiza (2020) en función a la determinación de valor de venta, hace mención que debe considerarse de acuerdo a los costos de producción para optimizar los recursos y de esta forma sea competitivo en el mercado, según Bonilla (2023) identificar correctamente los costos de los gastos, conlleva a que el contador elabore de manera correcta los estados financieros, esto beneficiara a la información que se tendrá como resultado al culminar el periodo.

V.
CONCLUSIONES

Primero, según al objetivo general, los cambios de la variable 1 (control de costos y gastos) se encuentra asociados de una manera muy significativa con los cambios que se dan en la variable 2 (valor de venta), en donde se aprecia una correlación de 0.819 y el valor p 0.001 en la significancia. La mejora en la gestión de costos puede permitir a la entidad ofrecer tarifas más competitivas, atrayendo así a más clientes y aumentando el valor total de los servicios vendidos.

Segundo, en cuanto a la conclusión del objetivo específico 1, a medida que los costos directos aumentan o disminuyen, el valor de venta tiende a seguir la misma dirección de manera significativa (0.654 y 0.021). En otras palabras, al analizar los datos, de los materiales, la mano de obra y otros gastos que son directos para la producción, descubres que cuando se controla eficientemente, hay una clara tendencia en relación al aumento o la disminución en los valores de la venta.

Tercero, en cuanto a la conclusión del objetivo específico 2, sugiere que existe una asociación estadística entre los costos indirectos y el valor de venta, en la medición de la correlación sale que hay un coeficiente de 0.637 y 0.026 a lo que se refiere con la significancia. Esto implica que a medida que los costos indirectos aumentan o disminuyen, el valor de venta tiende a seguir la misma dirección de manera significativa.

Cuarto, en función al objetivo específico 3, La correlación es fuerte (0.729), y el valor de significancia 0.007. Los gastos del período incluyen gastos administrativos (remuneraciones, servicios públicos y otros gastos recurrentes) y los gastos de venta. cuando se controlan eficientemente estos costos del período, los valores de venta tienden a aumentar de manera consistente.

VI. RECOMENDACIONES

Como aporte hacia la empresa, se les recomienda a los dueños, primero que deben identificar todos esos costos que estén relacionados con la producción del servicio, con la distribución y la venta, para que posteriormente sean clasificados en costos que sean directos y también en indirectos, de esta forma la empresa obtendrá una información muy valiosa que será de utilidad en la determinación del valor de venta.

Otra recomendación que se les hace a los dueños es la de invertir en la adquisición de un programa de costeo. Esto permitirá que se realicen los registros de forma que sean más precisas y también de que exista un rastreo continuo de los costos.

Con respecto a la utilidad neta, en vista de que no se está obteniendo lo suficiente, sería importante calcular el punto de equilibrio, para que de esa manera puedan determinar con exactitud la cantidad de los servicios que se tienen que prestar, y de esa forma sobrepasar ese límite y también identificar cual es la capacidad de producción de la entidad.

Para finalizar, se les recomienda a los dueños, que deben capacitar a los dueños y también a sus colaboradores para que se lleve a cabo una gestión de costos de manera efectiva.

REFERENCIAS

- Álvarez, C., & Soto, G. (2022). *Propuesta de un sistema de costos de servicios en el Hotel Brisas del Sol, Lunahuaná* [Tesis de pregrado, Universidad Peruana Unión]. Repositorio de la Universidad Peruana Unión. <https://repositorio.upeu.edu.pe/handle/20.500.12840/5241>
- Azcona, N. (2022, agosto). *¿Qué son los gastos de administración?* Tiffin University. <https://global.tiffin.edu/noticias/que-son-los-gastos-de-administracion>.
- Barbarán, D. (2020). *Contabilidad de Costos* [Examen de suficiencia profesional de la Universidad Nacional de la Amazonia Peruana]. Repositorio de la Universidad Nacional de la Amazonia Peruana. https://repositorio.unapiquitos.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12737/7167/Diana_Exam.Suf.Prof.Titulo_2020.pdf?sequence=1&isAllowed=y.
- Bermudez, R. (2021). *Los costos de producción y la fijación de los precios en los negocios de florería de la ciudad de Cusco, 2020* [Tesis de pregrado, Universidad César Vallejo]. Repositorio de la Universidad César Vallejo. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/101558>.
- Bonilla, J. (2023). *Gestión de costos y gastos de la empresa Interfibra Latam S.A.S. de la ciudad de Babahoyo durante el periodo 2021-2022* [Tesis de pregrado, Universidad Técnica de Babahoyo]. Repositorio de la Universidad Técnica de Babahoyo. <http://190.15.129.146/bitstream/handle/49000/13792/E-UTB-FAFICA-000131.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.
- Burga, G. (2020). *Costos de servicio en centros educativos* [Tesis de pregrado, Universidad Católica Santo Toribio de Mongrovejo]. Repositorio de la Universidad Católica Santo Toribio de Mongrovejo. <https://tesis.usat.edu.pe/xmlui/handle/20.500.12423/3142>.

- Cevallos, D., & Rugel, W. (2022). *Costos por servicios y su incidencia en la fijación de precios de la empresa de Seguridad Alerta Red C.S.A.R. Cía. Ltda.* [Tesis de pregrado, Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guyaquil]. Repositorio de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guyaquil. <http://repositorio.ulvr.edu.ec/handle/44000/5613>.
- Chicaiza, J. (2020). *La gestión de costos de producción y la fijación de precios de venta de la empresa Ambatextil, un estudio comparativo períodos 2017-2018.* [Tesis de pregrado, Universidad Técnica de Ambato]. Repositorio de la Universidad Técnica de Ambato. <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/30960/1/T4749i.pdf>.
- Clavijo, C. (2023, noviembre). *Tipos de margen de utilidad.* Hubspot. <https://blog.hubspot.es/sales/margen-utilidad#:~:text=B%C3%A1sicamente%2C%20tenemos%20dos%20tipos%20de,del%205%20%25%20podr%C3%ADa%20ser%20bajo>.
- Condori, Y., & Maraza, R. (2019). *Los costos de producción y su relación con el precio de venta en la empresa Exportadora Orgama SAC distrito de Santiago de Surco periodo-2018* [Tesis de pregrado, Universidad Autónoma del Perú]. Repositorio de la Universidad Autónoma del Perú. <https://repositorio.autonoma.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13067/1057/Condori%20Muniz%3b%20Yaquelin%3b%20Maraza%20Humpire%2c%20Raquel%20Sheyla.pdf?sequence=3&isAllowed=y>.
- Culcay, M. (2022). *Contabilidad de costos: conceptos elementales* (1°ed.). Grupo Compás.
- Doria, D., Alarcon, H., & Hernández, A. (2020). *Contabilidad Gerencial Un enfoque administrativo y financiero.* Universidad Pontificia Bolivariana.

- Durán, D. (2021). *Gestión y control de costos en la fabricación de muebles* [Tesis de pregrado, Universidad Regional Autónoma de los Andes]. Repositorio de la Universidad Regional Autónoma de los Andes. <https://dspace.uniandes.edu.ec/handle/123456789/12845?mode=simple>.
- Estrella, J., Montero, D., & Vázquez, J. (2021). Prácticas de costeo en la determinación del precio de venta al público de las Pymes manufactureras de Cuenca, Ecuador. *Revista Colombiana de Ciencias Administrativas*, 3(1), 52-70. <https://cipres.sanmateo.edu.co/ojs/index.php/rcca/article/view/436>
- Fernández, E. (2023, octubre). ¿Qué son los gastos financieros? *Anfix*. <https://www.anfix.com/blog/los-gastos-financieros-que-son-y-como-se-deducen#:~:text=Los%20gastos%20financieros%20son%20aquellos,costos%20relacionados%20con%20la%20financiaci%C3%B3n>.
- Flores, K. (2021). El conocimiento como base del desarrollo económico y social entre los retos actuales. *Universidad Autónoma de Tlaxcala* 4(4). Obtenido de https://www.academia.edu/49049235/El_conocimiento_como_base_del_desarrollo_econ%C3%B3mico_y_social_entre_los_retos_actuales.
- Fuentes, R., & Leon, V. (2021). *Sistema de costos por orden de servicio y sus efectos en el precio de venta en Eurogruas y Equipos SAC, ejercicio 2020* [Tesis de pregrado, Universidad San Ignacio de Loyola]. Repositorio de la Universidad San Ignacio de Loyola. <https://repositorio.usil.edu.pe/entities/publication/146007ab-a8ca-492a-8445-d544bee568a7>.
- González, J., & Patiño, J. (2019). *Los gastos operativos y la utilidad de la empresa de servicios Tannajo S.A.C. del distrito de Carabayllo, año 2015* [Tesis de pregrado, Universidad de Ciencias y Humanidades]. Repositorio de

Universidad de Ciencias y Humanidades.

[https://repositorio.uch.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12872/417/Gonzales_J_Pati%
_Pati%
_Pati%
_Pati%](https://repositorio.uch.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12872/417/Gonzales_J_Pati%c3%b1o_JA_tesis_contabilidad_2019.pdf?sequence=3&isAllowed=y)

Gracia, M. (2020). *Costos por servicio y fijación de precios en la compañía Transcomuna Peninsular S.A., Cantón la Libertad, Provincia de Santa Elena, año 2018* [Tesis de pregrado, Universidad Estatal Península de Santa Elena]. Repositorio de la Universidad Estatal Península de Santa Elena. <https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/5280>.

Gutierrez, C., & Medina, H. (2019). *Teoría de costos de servicio y su efecto en la fijación de precios: Caso Mype restaurante Rincón Del Mar, 2019* [Tesis de pregrado, Universidad César Vallejo]. Repositorio de la Universidad César Vallejo. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/46215>.

Huamani, Y. & Pisfil, G. (2023). *Costo de importación y el precio de venta en las empresas fabricantes de productos publicitarios sublimados* [Tesis de pregrado, Universidad Nacional del Callao]. Repositorio de la Universidad Nacional del Callao. <https://repositorio.unac.edu.pe/handle/20.500.12952/7903>.

Huamanteca, E., & Vicente, A. (2021). *Control interno y gasto de administración de la Red de Salud Pichanaki, 2021* [Tesis de pregrado, Universidad Peruana los Andes]. Repositorio de la Universidad Peruana los Andes. https://repositorio.upla.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12848/6585/T037_75575342_74162010_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y.

Jiménez, M., & Narváez, C. (2021). Control y gestión de costos para la toma de decisiones. *CIENCIAMATRIA*, 7(2). 36-38. <https://doi.org/10.35381/cm.v7i2.503>

- Lopez, A., & Vasquez, M. (2022). *Control de los costos de servicio y la rentabilidad de la empresa Sisa Tours S.A.C, San José de Sisa, 2018-2021* [Tesis de pregrado, Universidad César Vallejo]. Repositorio de la Universidad César Vallejo. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/102766>.
- Lozano, E. (2021). *Costos por servicios de reproducción asistida y sus efectos en la rentabilidad del Instituto de Fertilidad Ricardo Palma S.A.C. San Isidro, 2019* [Tesis de pregrado, Universidad Privada del Norte]. Repositorio de la Universidad Privada del Norte. https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/29704/Lozano%20Campos%20de%20Araujo%20Evitsa%20Sonelli_Total.pdf?sequence=2&isAllowed=y.
- Ludeña, J. (2021, junio). *Margen operativo*. Economipedia. <https://economipedia.com/definiciones/margen-operativo.html>.
- Marino, S. (2021). *Propuesta para la implementación de un sistema de costos ABC en una organización* [Tesis de pregrado, Corporación Universitaria Minuto de Dios]. Repositorio de la Corporación Universitaria Minuto de Dios. <https://repository.uniminuto.edu/handle/10656/12770>.
- Mayorga, M., & Fernández, E. (2021). Control de costos de producción en organizaciones hoteleras. *Apuntes contables: Revista científica de contabilidad* (27), 113-127. <https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/contad/article/view/6880>
- Mendoza, Z. (2019). *El control de costos y gastos en los restaurantes y su incidencia en la rentabilidad de la empresa Anticuchos Del Peru S.A.C. – “Panchita” Lima Metropolitana año 2018* [Tesis de pregrado, Universidad Ricardo Palma]. Repositorio de la Universidad Ricardo Palma. <https://repositorio.urp.edu.pe/handle/20.500.14138/2288>.

- Mori, E. (2023). *Incidencias del costo de servicios en la rentabilidad del Molino P&G SAC 2018* [Tesis de pregrado, Universidad Católica Santo Toribio de Mongrovejo]. Repositorio de la Universidad Católica Santo Toribio de Mongrovejo. <https://tesis.usat.edu.pe/handle/20.500.12423/6006>.
- Naveros, B. (2023, mayo). *Gastos de ventas y gastos administrativos: principales diferencias*. Tickelia. <https://tickelia.com/co/blog/gestion-de-gastos/gastos-venta-administrativo/>.
- Ñaupas, H., Mejia, E., Trujillo, I., Romero, H., Medina, W., & Novoa, E. (2023). *Metodología de la investigación total. Cuantitativa-Cualitativa y redacción de tesis* (6° ed.). Ediciones de la U.
- Ochoa, C., Marrufo, R., & Ibáñez, L. (2020). Gestión de costos como herramienta de la rentabilidad en pequeñas y medianas empresas. *ESPACIOS*, 41(50), 287-298. <https://www.revistaespacios.com/a20v41n50/20415020.html>.
- Panduro, E. (2019). *Contabilidad de costos* [Tesis de pregrado, Universidad Nacional de la Amazonia Peruana]. Repositorio de la Universidad Nacional de la Amazonia Peruana. <https://www.nursinghero.com/study-files/3568149>.
- Poma, E. (2021). *Costos operativos y su influencia en el precio de venta en la empresa Pesquera Consorcio Industrial el Pacifico SAC de la ciudad de Tacna periodo 2015-2017* [Tesis de pregrado, Universidad Privada de Tacna]. Repositorio de la Universidad Privada de Tacna. <https://repositorio.upt.edu.pe/handle/20.500.12969/1886>.
- Quispe, F., & Ortiz, J. (2020). *Determinación de los costos de servicios y su relación con la liquidez de una empresa de servicios de software de gestión contable del distrito de Miraflores del periodo 2019* [Tesis de pregrado, Universidad

Autónoma del Perú]. Repositorio de la Universidad Autónoma del Perú.
<https://repositorio.autonoma.edu.pe/handle/20.500.13067/1147>.

Quispe, T. (2023). *Los costos de producción y su relación con la utilidad de la empresa de Tecnopor, distrito de Carmen Alto, Huamanga, Ayacucho, Periodo 2022* [Tesis de pregrado, Universidad Autónoma del Perú]. Repositorio de la Universidad Autónoma del Perú.
<https://repositorio.autonoma.edu.pe/handle/20.500.13067/2863>.

Reátegui, M., & Hidalgo, R. (2021). *Contabilidad gerencial enfoque teórico y práctico*. UNSM. <http://repositorio.unsm.edu.pe/handle/11458/4100>.

Rivero, E. (2022). *Costos de servicios y rentabilidad en una agencia de relaciones públicas, distrito de San Isidro (Lima-Perú), 2020* [Tesis de pregrado, Universidad Científica del Sur]. Repositorio de la Universidad Científica del Sur.
<https://repositorio.cientifica.edu.pe/handle/20.500.12805/2561>.

Salas, N., & Gatica, B. (2020). *Control de costos en edificaciones, aplicando técnicas de valor ganado; 2020* [Tesis de pregrado, Universidad Científica de Perú]. Repositorio de la Universidad Científica de Perú.
<http://repositorio.ucp.edu.pe/bitstream/handle/UCP/1243/NINFA%20SALAS%20ISHUIZA%20Y%20BACILIO%20GATICA%20RODRIGUEZ%20-%20TESIS.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.

Tarco, N. (2021). *Los costos de producción y su incidencia en la determinación del precio de venta en la Corporación Coprobich, período 2019* [Tesis de pregrado, Universidad Nacional de Chimborazo]. Repositorio de la Universidad Nacional de Chimborazo. <http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/8149>.

Tarqui, C. (2021). *Gestión de procesos para el control de gastos operativos de una empresa de servicios de carga, Lima 2017-2020* [Tesis de pregrado,

Universidad Norbert Wiener]. Repositorio de la Universidad Norbert Wiener.
chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://repositorio.
uwiener.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13053/5514/T061_72896916_T.pdf?
sequence=1&isAllowed=y.

Ticona, S. (2020). *Sistema de costos ABC aplicado a empresas consultoras de servicios, caso: Soluciones Integrales S.R.L.* [Tesis de maestría, Universidad Mayor de San Andrés]. Repositorio de la Universidad Mayor de San Andrés.
<https://repositorio.umsa.bo/bitstream/handle/123456789/28409/TM%2068.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.

Vásquez, L. (2020). *Sistema de costos por Ordenes de producción para mejorar la rentabilidad de la empresa Fabricaciones y Servicios Guzman S.A.C.-Chiclayo* [Tesis de pregrado, Universidad Señor de Sipán]. Repositorio de la Universidad Señor de Sipán.
<https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/6744/V%c3%a1squez%20Roa%20Luz%20Elena.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.

Westreicher, G. (2020, abril). *Costo total: Qué es y cómo calcularlo*. Economipedia.
<https://economipedia.com/definiciones/coste-total.html>.

ANEXOS

Anexo 01: Operacionalización de las variables

Variable 1: Control de costos y gastos.

Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems
<p>El control de costos y gastos corresponde a la identificación y monitoreo constante del proceso productivo, los costos son clasificados en costos directos y costos indirectos, controlables, fijos y variables (Ochoa-Marrufo et al., 2020)</p> <p>En lo que respecta al control de los costos de servicios, es una tarea fundamental para identificar los gastos derivados de la producción de un servicio (Lopez-Vasquez, 2022)</p>	<p>Los costos pueden clasificarse de acuerdo con el enfoque que se les dé; por lo tanto existe un gran número de clasificaciones: según su identificación están los costos directos y costos indirectos.</p>	Costos directos	Mano de obra directa	1) La empresa realiza el control de la mano de obra directa empleada en la producción de los servicios.
			Materiales directos	2) La entidad efectúa el control de los materiales directos utilizados en la realización de los servicios.
			Costos primos	3) La entidad efectúa el control de los costos a través de costos primos.
		Costos indirectos	Mano de obra indirecta	4) La empresa identifica el costo de la mano de obra indirecta empleada en la realización de los servicios.
			Materiales indirectos	5) La organización lleva el control de los materiales indirectos utilizados en los servicios.
			Otros gastos indirectos	6) La empresa realiza el control de los costos del alquiler del taller.
				7) La empresa efectúa el control de la depreciación de las maquinas utilizadas en el taller.
		Gastos del periodo	8) La empresa realiza el control del costo de la electricidad consumido en el taller.	
			Gastos administrativos	9) La organización efectúa el control de los gastos administrativos.
			Gasto de venta	10) La empresa desarrolla el control de los gastos de venta.
		Gastos financieros	11) La empresa efectúa el control de los gastos financieros.	

Variable 2: Valor de venta.

Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems
El valor de venta se define como la cantidad o valor monetario establecido por el vendedor hacia los consumidores (Pisfil, 2023)	El valor de venta es la cantidad que un cliente está dispuesto a pagar por un producto o servicio en función al costo de producción, beneficios y la estrategia de fijación de precios.	Costo total	Costo variable	1)La entidad determina el valor de venta en función al costo variable.
			Costo fijos	2)La entidad determina el valor de venta en función al costo fijo.
			Cantidad producida	3)La entidad determina el valor unitario en función a la cantidad producida.
		Margen de utilidad	Margen de utilidad bruto	4)La empresa cubre sus costos de producción de servicios con el margen de utilidad bruto.
			Margen de utilidad operativa	5)La empresa cubre sus gastos operativos con el margen de utilidad operativa.
			Margen de utilidad neta	6)La empresa obtiene un margen de utilidad neta relevante.
		Métodos de fijación de valor de venta	Basado en la demanda	7)La organización utiliza el método basado en la demanda para fijar el valor de venta.
			Basado en la competencia	8)La organización utiliza el método basado en la competencia para fijar el valor de venta.
			Basados en los costos	9)La organización utiliza el método basado en los costos propios para fijar el valor de venta.

Anexo 02: Matriz de Consistencia

Título: El control de costos y gastos y su relación con el valor de venta en una empresa del sector servicios – San Isidro – Lima – 2024

Problema	Objetivos	Hipótesis	Variable	Dimensiones	Indicadores	Metodología
¿Cuál es la relación del control de costos y gastos y su relación con el valor de venta en una empresa del sector servicios – San Isidro – Lima – 2024?	Determinar la relación del control de costos y gastos con el valor de venta en una empresa del sector servicios – San Isidro – Lima – 2024	Existe relación significativa entre el control de costos y gastos y el valor de venta de en una empresa del sector servicios – San Isidro – Lima – 2024	Control de costos y gastos	Costos Directos	Mano de obra directa	Tipo de investigación: Aplicada
					Materiales directos	
					Costos primos	Diseño de investigación: No experimental –transversal-correlacional
				Costos Indirectos	Mano de obra indirecta	
					Materiales indirectos	
				Específicos	Específicos	Específicos
Gastos administrativos						
Gasto de ventas	Muestra: 12 colaboradores de la empresa					
Gastos financieros						
¿Cómo es la relación entre el costo directo y el valor de venta en una empresa del sector servicios – San Isidro – Lima – 2024?	Determinar la relación entre el costo directo y el valor de venta en una empresa del sector servicios – San Isidro – Lima – 2024	Existe relación significativa entre los costos directos y el valor de venta en una empresa del sector servicios – San Isidro – Lima – 2024	Valor de venta	Costo total	Costo variable	Técnica e instrumento de recolección de datos: La técnica es la encuesta y el instrumento el cuestionario
					Costo fijos	
					Cantidad producida	
¿De qué manera se relacionan los costos indirectos y el valor de venta en una empresa del sector servicios – San Isidro – Lima – 2024?	Determinar la relación de los costos indirectos y el valor de venta en una empresa del sector servicios – San Isidro – Lima – 2024	Existe relación significativa entre los costos indirectos y el valor de venta en una empresa del sector servicios – San Isidro – Lima – 2024	Valor de venta	Margen de utilidad	Margen de utilidad bruto	Contrastación de hipótesis: SPSS
					Margen de utilidad operativa	
					Margen de utilidad neta	
¿De qué forma se relacionan los gastos del periodo y el valor de venta en una empresa del sector servicios – San Isidro – Lima – 2024?	Determinar la relación de los gastos del periodo y el valor de venta en una empresa del sector servicios – San Isidro – Lima – 2024	Existe relación significativa entre los gastos del periodo y el valor de venta en una empresa del sector servicios – San Isidro – Lima – 2024	Valor de venta	Métodos de fijación de valor de venta	Basado en la demanda	SPSS
					Basado en la competencia	
					Basados en los costos	

Anexo 03. Cuestionario N° 1

Variable N° 1: Control de costos y gastos de servicios

Objetivo: Determinar la relación del control de costos y gastos y su relación con el valor de venta en una empresa del sector servicios – San Isidro – Lima – 2024

Instrucciones:

Marque con un aspa (x) en la casilla numerada según su criterio y teniendo la escala detallada a continuación. Se le ruega ser lo más objetivo posible.

Nro	Respuestas
1	Nunca
2	Casi nunca
3	A veces
4	Casi siempre
5	Siempre

Nro	Ítems	1	2	3	4	5
1	La empresa realiza el control de la mano de obra directa empleada en la producción de los servicios.					
2	La entidad efectúa el control de los materiales directos utilizados en la realización de los servicios.					
3	La entidad efectúa el control de los costos a través de costos primos.					
4	La empresa identifica el costo de la mano de obra indirecta empleada en la realización de los servicios.					
5	La organización lleva el control de los materiales indirectos utilizados en los servicios.					
6	La empresa realiza el control de los costos del alquiler del taller.					
7	La empresa efectúa el control de la depreciación de las maquinas utilizadas en el taller.					
8	La empresa realiza el control del costo de la electricidad consumido en el taller.					
9	La organización efectúa el control de los gastos administrativos.					
10	La empresa desarrolla el control de los gastos de venta.					
11	La empresa efectúa el control de los gastos financieros.					

Anexo 04. Cuestionario N° 2

Variable N° 2: Valor de venta de servicios

Objetivo: Determinar la relación del control de costos y gastos y su relación con el valor de venta en una empresa del sector servicios – San Isidro – Lima – 2024

Instrucciones:

Marque con un aspa (x) en la casilla numerada según su criterio y teniendo la escala detallada a continuación. Se le ruega ser lo más objetivo posible.

Nro	Respuestas
1	Nunca
2	Casi nunca
3	A veces
4	Casi siempre
5	Siempre

Nro	Ítems	1	2	3	4	5
12	La entidad determina el valor de venta en función al costo variable.					
13	La entidad determina el valor de venta en función al costo fijo.					
14	La entidad determina el valor unitario en función a la cantidad producida.					
15	La empresa cubre sus costos de producción de servicios con el margen de utilidad bruto.					
16	La empresa cubre sus gastos operativos con el margen de utilidad operativa.					
17	La empresa obtiene un margen de utilidad neta relevante.					
18	La organización utiliza el método basado en la demanda para fijar el valor de venta.					
19	La organización utiliza el método basado en la competencia para fijar el valor de venta.					
20	La organización utiliza el método basado en los costos propios para fijar el valor de venta.					

Anexo 05. Validaciones

Lima, 03 de febrero del 2024

Señor(a): Jessica Marlem Rivas Carrasco

Docente de la Universidad Autónoma del Perú

Estimado Doctor/Magister/Docente:

Es grato dirigirnos a Usted, para cordialmente saludarle y aprovechar la oportunidad de solicitar su colaboración, en el proceso de estimación de validez del contenido del cuestionario adjunto dirigido a los colaboradores de la empresa

Dicho instrumento, será utilizado en el trabajo de investigación de nuestra Tesis denominada el control de costos y gastos de servicios y su relación con el valor de venta de los servicios en una empresa del sector servicios – San Isidro – Lima – 2024.

En tal sentido, el instrumento necesita ser validado a través del método de Juicio de Expertos, para lo cual recurro a Usted, adjuntando lo siguiente:

- Ficha de Evaluación denominada: Validación de Instrumento.
- Matriz de Operacionalización de las Variables.
- Matriz de Consistencia.

Agradeciendo su reconocida capacidad de experto en investigación y su amable colaboración con la presente solicitud, quedo de Usted.

Muy Cordialmente



Vizney Quilla Chahuara
DNI N° 70382997

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

I. DATOS GENERALES

- 1.1. Apellidos y Nombres del experto : Rivas Carrasco Jessica Marlem
- 1.2. Institución donde Labora : Universidad Autónoma del Perú
- 1.3. Cargo que desempeña : Docente
- 1.4. Mención de Maestría/Doctorado que ostenta: Magister
- 1.5. Nombre del Instrumento motivo de Evaluación: Encuesta
- 1.6. Título de la Tesis: El control de costos y gastos de servicios y su relación con el valor de venta de los servicios en una empresa del sector servicios – San Isidro – Lima - 2024
- 1.7. Autor del Instrumento: Vizney Quilla Chahuara

II. APRECIACIONES DEL EXPERTO:

Nº	PREGUNTAS	APRECIACIÓN		Observaciones
1	El Instrumento ¿Responde al planteamiento del problema?	SI (x)	NO ()	
2	El Instrumento ¿Responde a las variables de estudio?	SI (x)	NO ()	
3	Las dimensiones que se han considerado ¿Son las adecuadas?	SI (x)	NO ()	
4	El Instrumento ¿Responde a la operacionalización de la variable?	SI (x)	NO ()	
5	La estructura que presenta el instrumento ¿Facilita las opciones de respuesta?	SI (x)	NO ()	
6	Las preguntas ¿Están redactadas de forma clara y precisa?	SI (x)	NO ()	
7	¿El número de preguntas es el adecuado?	SI (x)	NO ()	
8	¿Se debe eliminar alguna pregunta?	SI ()	NO (x)	

III. Requisitos para considerar un instrumento de medición:

REQUISITOS	Deficiente 0 – 20%	Regular 21 – 40%	Bueno 41 – 60%	Muy Bueno 61 – 80%	Excelente 81 – 100%
1. Confiabilidad, el instrumento producirá resultados consistentes y coherentes.				70	
2. Validez, el instrumento realmente mide la variable que se busca medir.				70	
3. Objetividad, el instrumento muestra ser permeable a la influencia de los sesgos y tendencias de la investigación.				70	

Promedio de valoración:

70%

IV. Opción de aplicabilidad

- (x) El Instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado
() El instrumento debe ser mejorado, antes de ser aplicado

Considerar las recomendaciones y aplicar el trabajo

Lima, 03 de febrero del 2024



Experto: Jessica Rivas Carrasco
DNI: 41221684

Lima, 03 de febrero del 2024

Señor: David de la Cruz Montoya

Docente de la Universidad Autónoma del Perú

Estimado Doctor/Magister/Docente:

Es grato dirigirnos a Usted, para cordialmente saludarle y aprovechar la oportunidad de solicitar su colaboración, en el proceso de estimación de validez del contenido del cuestionario adjunto dirigido a los colaboradores de la empresa

Dicho instrumento, será utilizado en el trabajo de investigación de nuestra Tesis denominada el control de costos y gastos de servicios y su relación con el valor de venta de los servicios en una empresa del sector servicios – San Isidro – Lima – 2024.

En tal sentido, el instrumento necesita ser validado a través del método de Juicio de Expertos, para lo cual recurro a Usted, adjuntando lo siguiente:

- Ficha de Evaluación denominada: Validación de Instrumento.
- Matriz de Operacionalización de las Variables.
- Matriz de Consistencia.

Agradeciendo su reconocida capacidad de experto en investigación y su amable colaboración con la presente solicitud, quedo de Usted.

Muy Cordialmente



Vizney Quilla Chahuara
DNI N° 70382997

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

I. DATOS GENERALES

- 1.1. Apellidos y Nombres del experto : David De la Cruz Montoya
- 1.2. Institución donde Labora : Universidad Autónoma del Perú
- 1.3. Cargo que desempeña : Docente
- 1.4. Mención de Maestría/Doctorado que ostenta: Magister
- 1.5. Nombre del Instrumento motivo de Evaluación: Encuesta
- 1.6. Título de la Tesis: El control de costos y gastos de servicios y su relación con el valor de venta de los servicios en una empresa del sector servicios – San Isidro – Lima - 2024
- 1.7. Autor del Instrumento: Vizney Quilla Chahuara

II. APRECIACIONES DEL EXPERTO:

Nº	PREGUNTAS	APRECIACIÓN		Observaciones
1	El Instrumento ¿Responde al planteamiento del problema?	SI (x)	NO ()	
2	El Instrumento ¿Responde a las variables de estudio?	SI (x)	NO ()	
3	Las dimensiones que se han considerado ¿Son las adecuadas?	SI (x)	NO ()	
4	El Instrumento ¿Responde a la operacionalización de la variable?	SI (x)	NO ()	
5	La estructura que presenta el instrumento ¿Facilita las opciones de respuesta?	SI (x)	NO ()	
6	Las preguntas ¿Están redactadas de forma clara y precisa?	SI (x)	NO ()	
7	¿El número de preguntas es el adecuado?	SI (x)	NO ()	
8	¿Se debe eliminar alguna pregunta?	SI ()	NO (x)	

III. Requisitos para considerar un instrumento de medición:

REQUISITOS	Deficiente 0 – 20%	Regular 21 – 40%	Bueno 41 – 60%	Muy Bueno 61 – 80%	Excelente 81 – 100%
1. Confiabilidad, el instrumento producirá resultados consistentes y coherentes.				75	
2. Validez, el instrumento realmente mide la variable que se busca medir.				75	
3. Objetividad, el instrumento muestra ser permeable a la influencia de los sesgos y tendencias de la investigación.				75	

Promedio de valoración:

75 %

IV. Opción de aplicabilidad

- (x) El Instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado
() El instrumento debe ser mejorado, antes de ser aplicado

Considerar las recomendaciones y aplicar el trabajo

Lima, 03 de febrero del 2024


Mg. CPC David De la Cruz Montoya
DNI 16438146

Lima, 03 de febrero del 2024

Señor: Lorenzo Zavaleta Orbegoso

Docente de la Universidad Autónoma del Perú

Estimado Doctor/Magister/Docente:

Es grato dirigirnos a Usted, para cordialmente saludarle y aprovechar la oportunidad de solicitar su colaboración, en el proceso de estimación de validez del contenido del cuestionario adjunto dirigido a los colaboradores de la empresa

Dicho instrumento, será utilizado en el trabajo de investigación de nuestra Tesis denominada el control de costos y gastos de servicios y su relación con el valor de venta de los servicios en una empresa del sector servicios – San Isidro – Lima – 2024.

En tal sentido, el instrumento necesita ser validado a través del método de Juicio de Expertos, para lo cual recurro a Usted, adjuntando lo siguiente:

- Ficha de Evaluación denominada: Validación de Instrumento.
- Matriz de Operacionalización de las Variables.
- Matriz de Consistencia.

Agradeciendo su reconocida capacidad de experto en investigación y su amable colaboración con la presente solicitud, quedo de Usted.

Muy Cordialmente



Vizney Quilla Chahuara
DNI N° 70382997

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

I. DATOS GENERALES

- 1.1. Apellidos y Nombres del experto : Zavaleta Orbegoso Lorenzo
- 1.2. Institución donde Labora : Universidad Autónoma del Perú
- 1.3. Cargo que desempeña : Docente
- 1.4. Mención de Maestría/Doctorado que ostenta: Magister
- 1.5. Nombre del Instrumento motivo de Evaluación: Encuesta
- 1.6. Título de la Tesis: El control de costos y gastos de servicios y su relación con el valor de venta de los servicios en una empresa del sector servicios – San Isidro – Lima - 2024
- 1.7. Autor del Instrumento: Vizney Quilla Chahuara

II. APRECIACIONES DEL EXPERTO:

N°	PREGUNTAS	APRECIACIÓN		Observaciones
1	El Instrumento ¿Responde al planteamiento del problema?	SI (x)	NO ()	
2	El Instrumento ¿Responde a las variables de estudio?	SI (x)	NO ()	
3	Las dimensiones que se han considerado ¿Son las adecuadas?	SI (x)	NO ()	
4	El Instrumento ¿Responde a la operacionalización de la variable?	SI (x)	NO ()	
5	La estructura que presenta el instrumento ¿Facilita las opciones de respuesta?	SI (x)	NO ()	
6	Las preguntas ¿Están redactadas de forma clara y precisa?	SI (x)	NO ()	
7	¿El número de preguntas es el adecuado?	SI (x)	NO ()	
8	¿Se debe eliminar alguna pregunta?	SI ()	NO (x)	

III. Requisitos para considerar un instrumento de medición:

REQUISITOS	Deficiente 0 – 20%	Regular 21 – 40%	Bueno 41 – 60%	Muy Bueno 61 – 80%	Excelente 81 – 100%
1. Confiabilidad, el instrumento producirá resultados consistentes y coherentes.				75	
2. Validez, el instrumento realmente mide la variable que se busca medir.				75	
3. Objetividad, el instrumento muestra ser permeable a la influencia de los sesgos y tendencias de la investigación.				75	

Promedio de valoración:

75%

IV. Opción de aplicabilidad

- (x) El Instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado
() El instrumento debe ser mejorado, antes de ser aplicado

Considerar las recomendaciones y aplicar el trabajo

Lima, 03 de febrero del 2024

Mg. C.P.C. Lorenzo Zavaleta Orbegoso

D.N.I. 1759732

Anexo 6: Tabla de ítems

Resultado del ítem 1: Hay control de la mano de obra directa

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	3	25.0	25.0
	Casi nunca	7	58.3	83.3
	A veces	2	16.7	100.0
	Total	12	100.0	

Explicación:

En función a la tabla del ítem 1, en respuesta a la distribución del control del ítem 1. Los participantes en su mayoría (58.3%) indicaron que casi nunca aplican control, mientras que el 25% indicó que nunca lo hace. Un pequeño porcentaje (16.7%) señaló que a veces aplica el control en la mano de obra directa.

Resultado del ítem 2: Hay control de los materiales directos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	10	83.3	83.3
	A veces	2	16.7	100.0
	Total	12	100.0	

Explicación:

En función a la tabla del ítem 2, en respuesta a la distribución del control de material directo. La mayoría de los participantes (83.33%) indicaron que casi nunca aplican control. Un pequeño porcentaje (16.67%) señaló que a veces aplica control sobre los materiales directos.

Resultado del ítem 3: Hay control de los costos primos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	10	83.3	83.3
	A veces	2	16.7	100.0
	Total	12	100.0	

Explicación:

En función a la tabla del ítem 3, en respuesta a la distribución sobre el control de los costos primos. La mayoría de los participantes (83.33%) indicaron que casi nunca aplican control. Un pequeño porcentaje (16.67%) señaló que a veces aplica control del costo primo.

Resultado del ítem 4: Hay control en la mano de obra indirecta

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	1	8.3	8.3
	Casi nunca	10	83.3	91.7
	A veces	1	8.3	100.0
	Total	12	100.0	

Explicación:

En función a la tabla del ítem 4, los participantes en su mayoría (83.3%) indicaron que casi nunca aplican control en la mano de obra indirecta, solo un pequeño porcentaje (8.3%) mencionó que nunca aplican control, mientras que otro 8.3% señaló que a veces lo hacen.

Resultado del ítem 5: Hay control de los materiales indirectos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	7	58.3	58.3
	Casi nunca	3	25.0	83.3
	A veces	2	16.7	100.0
	Total	12	100.0	

Explicación:

En función a la tabla del ítem 5, un gran % de los encuestados (58.3%) indicaron que nunca aplican control sobre los materiales indirectos. Un 25.0% mencionó que casi nunca lo hacen, y un 16.7% respondió que a veces aplican control en este aspecto.

Resultado del ítem 6: Hay control del alquiler del taller

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	9	75.0	75.0
	Casi nunca	2	16.7	91.7
	A veces	1	8.3	100.0
	Total	12	100.0	

Explicación:

En función a la tabla del ítem 6, la mayoría de ellos (75.0%) indicaron que nunca aplican control sobre los gastos de alquiler del taller. Un 16.7% mencionó que casi nunca lo hacen, y un pequeño porcentaje (8.3%) respondió que a veces aplican control en este aspecto.

Resultado del ítem 7: Hay control por la depreciación de los activos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
	Casi nunca	11	91.7	91.7
Válido	A veces	1	8.3	100.0
	Total	12	100.0	

Explicación:

En función a la tabla del ítem 7, la abrumadora mayoría a los que se encuestó (91.7%) indicó que casi nunca aplican control sobre la depreciación de activos. Solo un pequeño porcentaje (8.3%) respondió que a veces realiza este tipo de control.

Resultado del ítem 8: Hay control de los gastos por la electricidad del taller

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
	Casi nunca	11	91.7	91.7
Válido	A veces	1	8.3	100.0
	Total	12	100.0	

Explicación:

En función a la tabla del ítem 8, el mayor número de ellos (91.7%) indicó que casi nunca aplican control en este aspecto. Solo un pequeño porcentaje (8.3%) respondió que a veces realiza algún tipo de control sobre los gastos por electricidad.

Resultado del ítem 9: *Hay control de gastos administrativos*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
	Nunca	7	58.3	58.3
Válido	Casi nunca	5	41.7	100.0
	Total	12	100.0	

Explicación:

En función a la tabla del ítem 9, para el 58.3% de las personas, el enfoque es "Nunca" aplicar control sobre los gastos administrativos. El 41.7% indica que "Casi nunca" aplican control en este aspecto.

Resultado del ítem 10: *Hay control de los gastos de ventas*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
	Casi nunca	10	83.3	83.3
Válido	A veces	2	16.7	100.0
	Total	12	100.0	

Explicación:

En función a la tabla del ítem 10, el 83.3% de ellos indicó que "Casi nunca" aplican control sobre los gastos de venta. Un 16.7% mencionó que "A veces" aplican algún nivel de control en este aspecto.

Resultado del ítem 11: Hay control de los gastos financieros

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	11	91.7	91.7
	Casi nunca	1	8.3	100.0
	Total	12	100.0	

Explicación:

En función a la tabla del ítem 11, una abrumadora mayoría del grupo (91.7%) indicó que "Nunca" aplican control sobre los gastos financieros. Un pequeño porcentaje (8.3%) mencionó que "Casi nunca" aplican control en este aspecto.

Resultado del ítem 12: El valor de venta es en base al costo variable

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	1	8.3	8.3
	Casi nunca	2	16.7	25.0
	A veces	7	58.3	83.3
	Casi siempre	1	8.3	91.7
	Siempre	1	8.3	100.0
	Total	12	100.0	

Explicación:

En función a la tabla del ítem 12, gran parte de las personas indico (58.3%) que realiza este cálculo "A veces", un 16.7% mencionó que "Casi nunca" lo realiza. Mientras que un 8.3% de los participantes han coincidido que "Nunca", "Casi siempre" y "Siempre" realiza este cálculo.

Resultado del ítem 13: *El valor de venta es en base a los costos fijos*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
	Casi nunca	3	25.0	25.0
Válido	A veces	9	75.0	100.0
	Total	12	100.0	

Explicación:

En función a la tabla del ítem 13, el 75.0% las personas en la encuesta respondieron que realiza este cálculo "A veces". El 25.0% de los participantes indicó que "Casi nunca" calculan el valor de venta en base a costos fijos.

Resultado del ítem 14: *El valor de venta varía en función a la cantidad producida*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
	Nunca	4	33.3	33.3
Válido	Casi nunca	5	41.7	75.0
	A veces	3	25.0	100.0
	Total	12	100.0	

Explicación:

En función a la tabla del ítem 14, el 41.7% mencionó que "Casi nunca", el 33.3% de los participantes respondió "Nunca". Por último, el 25.0% afirmó que "A veces" si determinan el valor de venta en función a la cantidad producida.

Resultado del ítem 15: Poseen margen de utilidad bruto

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	1	8.3
	Casi nunca	1	16.7
	A veces	3	41.7
	Casi siempre	6	91.7
	Siempre	1	100.0
	Total	12	100.0

Explicación:

En función a la tabla del ítem 15, el 50.0% lo considera que el margen bruto "Casi siempre" cubre los costos de producción, un 25.0% lo considera "A veces", el 8.3% de los participantes indicó que "Nunca", "Casi nunca" y "Siempre".

Resultado del ítem 16: Poseen margen de la utilidad operativa

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	6	50.0
	A veces	5	91.7
	Casi siempre	1	100.0
	Total	12	100.0

Explicación:

En función a la tabla del ítem 16, la mitad de los participantes (50.0%) indicó que "Casi nunca" cubre los gastos operativos, un 41.7% lo considera "A veces". Por último, el 8.3% restante afirmó que lo considera "Casi siempre".

Resultado del ítem 17: Poseen margen por utilidad neta

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
	Nunca	5	41.7	41.7
	Casi nunca	4	33.3	75.0
Válido	A veces	2	16.7	91.7
	Siempre	1	8.3	100.0
	Total	12	100.0	

Explicación:

En función a la tabla del ítem 17, el 41.7% de los participantes indicó que "Nunca", un 33.3% mencionó que "Casi nunca", un 16.7% lo considera "A veces". El 8.3% restante afirmó que lo considera "Siempre".

Resultado del ítem 18: El valor de venta es función a la demanda

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
	Casi nunca	1	8.3	8.3
	A veces	1	8.3	16.7
Válido	Casi siempre	8	66.7	83.3
	Siempre	2	16.7	100.0
	Total	12	100.0	

Explicación:

En función a la tabla del ítem 18, la mayoría, el 66.7%, ajusta "Casi siempre" sus prácticas basadas en la demanda, el 16.7% restante afirmó que lo hace "Siempre". Mientras que el 8.3% de los participantes indicó que "Casi nunca" ajusta sus prácticas basadas en la demanda y el mismo porcentaje menciona que "A veces".

Resultado del ítem 19: *El valor de venta es en función a la competencia*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	2	16.7	16.7
	A veces	4	33.3	50.0
	Casi siempre	6	50.0	100.0
	Total	12	100.0	

Explicación:

En función a la tabla del ítem 19, la mayoría, el 50.0%, menciona "Casi siempre" utiliza el método basadas en la competencia, un 33.3% indica "A veces". Por último, el 16.7% de los participantes indicó que "Casi nunca" ajusta sus prácticas basadas en la competencia.

Resultado del ítem 20: *El valor de venta es en función del costo propio*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	3	25.0	25.0
	A veces	7	58.3	83.3
	Casi siempre	2	16.7	100.0
	Total	12	100.0	

Explicación:

En función a la tabla del ítem 20, la mayoría, el 58.3%, indica "A veces", el 25.0% de los participantes indicó que "Casi nunca" ajusta sus prácticas basadas en los costos. Un 16.7% ajusta "Casi siempre" sus prácticas basadas en los costos.

Anexo 07. Datos de la encuesta

Variable 1: Control de Costos y Gastos											
	Pregunta1	Pregunta2	Pregunta3	Pregunta4	Pregunta5	Pregunta6	Pregunta7	Pregunta8	Pregunta9	Pregunta10	Pregunta11
Persona 1	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	1
Persona 2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	1
Persona 3	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2
Persona 4	1	2	2	2	2	1	2	2	1	2	1
Persona 5	1	2	2	2	1	1	2	2	1	2	1
Persona 6	2	2	2	2	1	1	2	2	1	2	1
Persona 7	2	2	2	2	1	1	2	2	1	2	1
Persona 8	2	2	2	2	1	1	2	2	1	2	1
Persona 9	1	2	2	2	1	1	2	2	1	2	1
Persona 10	2	2	2	2	1	1	2	2	2	2	1
Persona 11	2	2	2	2	2	1	2	2	2	3	1
Persona 12	3	3	2	1	1	1	2	2	2	2	1

Variable 2: Valor de Venta

	Pregunta12	Pregunta13	Pregunta14	Pregunta15	Pregunta16	Pregunta17	Pregunta18	Pregunta19	Pregunta20
Persona 1	3	3	3	5	4	5	5	4	3
Persona 2	5	3	3	4	3	3	4	4	2
Persona 3	4	3	2	3	3	2	5	4	3
Persona 4	3	3	1	2	2	2	4	3	4
Persona 5	1	2	1	3	2	1	4	3	2
Persona 6	2	3	2	1	2	3	3	3	4
Persona 7	3	3	2	4	3	1	4	2	3
Persona 8	3	3	2	4	2	1	2	2	2
Persona 9	3	2	3	4	2	1	4	3	3
Persona 10	3	2	1	3	2	1	4	4	3
Persona 11	3	3	1	4	3	2	4	4	3
Persona 12	2	3	2	4	3	2	4	4	3