

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y
ADMINISTRATIVAS**

ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS CONTABLES



**COSTOS DE DISTRIBUCIÓN Y RENTABILIDAD DE LAS
EMPRESAS DEDICADAS A LA VENTA DE PRODUCTOS
CELULARES EN LA CIUDAD DE JULIACA AÑO 2013-2014.**

TESIS

PRESENTADA POR:

ANIBAL CONDORI LAURA

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

CONTADOR PÚBLICO

PUNO – PERÚ

2020

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

COSTOS DE DISTRIBUCIÓN Y RENTABILIDAD DE LAS EMPRESAS
DEDICADAS A LA VENTA DE PRODUCTOS CELULARES EN LA CIUDAD DE
JULIACA AÑO 2013-2014.

TESIS PRESENTADA POR:

ANIBAL CONDORI LAURA

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

CONTADOR PÚBLICO



APROBADO POR EL JURADO REVISOR CONFORMADO POR:

PRESIDENTE

:
Dra. MARIA AMPARO CATAORA PEÑARANDA

PRIMER MIEMBRO

:
C.P.C. LUIS ANGEL YUPANQUI AZA

SEGUNDO MIEMBRO

:
M.Sc. MAGLY ZELMIRA R. CALISAYA LUQUE

DIRECTOR / ASESOR

:
Dr. ALBERTO ENRIQUE COLQUE MAMANI

TEMA: Costos

ÁREA: Costos de Distribución y Rentabilidad

FECHA DE SUSTENTACIÓN 22 DE ENERO DEL 2016

DEDICATORIA

Dedico este trabajo con todo el amor y gratitud a mis queridos padres Esteban y Cristina, ya que gracias a sus consejos, valores y motivación constante me han permitido ser un persona de bien, cuyo esfuerzo ha hecho posible este logro; por todo el apoyo moral y económico que me brindaron constantemente durante tantos años de estudios.

A mis hermanos Rubén Wilfredo, David por darme nuevas perspectivas y visión de la vida, ejemplos a seguir como hermanos mayores y a mi hermana Lourdes por todo el apoyo incondicional. Por todo el apoyo moral y sus palabras de aliento que me brindaron día a día en el transcurso de mi carrera Universitaria.

Aníbal Condori Laura

AGRADECIMIENTOS

- *Agradezco a Dios por haberme enseñado en estos años lo valioso que es vivir un día más en este mundo hermoso, por fortalecer mi corazón e iluminar mi mente y por haber puesto en mi camino a aquellas personas que han sido mi soporte y compañía durante todo el periodo de estudio.*

- *A mis Docentes Dr. Alberto E. Colque Mamani, Dr. Raúl Anchapuri Canaza y CPC. Cesar A. Choque Copari, por sus orientaciones, asesoramiento y desinteresado apoyo en la culminación del presente trabajo de investigación.*

- *A mis Amigos un agradecimiento muy especial a mis amigos Julio Cesar, Ronald Justiny, que incondicionalmente me apoyaron y alentaron hasta el último momento de mi culminación y sustentación del presente trabajo de investigación.*

- *A mi enamorada Briselda Maquera, que día a día me alentó hasta el último momento de la culminación y sustentación del presente trabajo.*

- *A mis compañeros de trabajo empresarios dedicados al rubro de telecomunicaciones y venta de celulares, por sus apoyos incondicionales, orientaciones y haberme proporcionado la información para culminar con el presente trabajo.*

AUTOR

ÍNDICE GENERAL

	Pág.
DEDICATORIA	
AGRADECIMIENTOS	
ÍNDICE GENERAL	
ÍNDICE DE TABLAS	
RESUMEN.....	9
ABSTRACT.....	10

CAPÍTULO I**INTRODUCCIÓN**

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	12
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	14
1.2.1. Problema general	14
1.2.2. Problemas específicos.....	14
1.3. HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN.....	15
1.3.1. Hipótesis general	15
1.3.2. Hipótesis específicas.....	15
1.4. JUSTIFICACIÓN DEL ESTUDIO	15
1.5. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	16
1.5.1. Objetivo general.....	16
1.5.2. Objetivos específicos	16

CAPÍTULO II**REVISIÓN DE LITERATURA**

2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN	17
2.2. MARCO TEÓRICO	21
2.2.1. Empresa	21
2.2.3. Costos	24

2.2.4. Sistema de costos	27
2.2.4.1. Clasificación del sistema de costos	27
2.2.5. Contabilidad de costos	29
2.2.5.1. Objetivo de la contabilidad de costos.....	30
2.2.5.2. Importancia de la contabilidad de costos	30
2.2.6. Costo de ventas.....	31
2.2.7. Rentabilidad	31
2.2.8. Ratio	31
2.2.9. Concepto de celular.....	32
2.3. MARCO CONCEPTUAL	32

CAPÍTULO III

MATERIALES Y MÉTODOS

3.1. UBICACIÓN GEOGRÁFICA DEL ESTUDIO	38
3.2. POBLACIÓN Y MUESTRA DEL ESTUDIO.....	38
3.2.1. Población.....	38
3.2.2. Muestra	39
3.3. MÉTODOS DE LA INVESTIGACIÓN	40
3.3.1. Enfoque cualitativo - inductivo.....	40
3.3.2. Enfoque cuantitativo - deductivo.	41
3.4. TIPO DE INVESTIGACIÓN	41
3.5. TÉCNICAS DE LA INVESTIGACIÓN	41
3.6. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	42
3.7. PROCESAMIENTO DE DATOS	43
3.8. VARIABLES	43
3.8.1. De la hipótesis general.....	43
3.8.2. De las hipótesis específicas	43

CAPÍTULO IV**RESULTADOS Y DISCUSIÓN**

4.1. RESULTADOS	44
4.1.1. Objetivo específico 1.....	44
4.1.2. Objetivo específico 2.....	54
4.1.3. Contrastación de la hipótesis de la investigación.....	62
4.2. DISCUSIÓN	64
CONCLUSIONES.....	66
RECOMENDACIONES	68
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	69
ANEXOS.....	71

ÍNDICE DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1: Lista de población para muestra.....	39
Tabla 2: Lista de las empresas para muestra	40
Tabla 3: Resumen de costo unitario y total de adquisición	45
Tabla 4: Resumen de costo unitario de compra más gastos adicionales, precio de venta unitaria y rentabilidad unitaria del año 2013	46
Tabla 5: Resumen de costo unitario de compra más gastos adicionales, precio de venta unitaria y rentabilidad unitaria del año 2014	47
Tabla 6: Resumen de costo unitario de compra más gastos adicionales, precio de venta unitario y rentabilidad unitaria del año 2013	48
Tabla 7: Resumen de costo unitario de compra más gastos adicionales, precio de venta unitario y rentabilidad unitaria del año 2014.....	49
Tabla 8: Resumen de costo unitario de compra más gastos adicionales, precio de venta unitario y rentabilidad unitario del año 2013	50
Tabla 9: Resumen de costo unitario de compra más gastos adicionales, precio de venta unitario y rentabilidad unitario del año 2014	51
Tabla 10: Resumen de costos de adquisición unitario y total	52
Tabla 11: Resumen de rentabilidad de las empresas	60

RESUMEN

El presente trabajo de Investigación titulado: "costos de distribución y rentabilidad de las empresas dedicadas a la venta de productos celulares en la ciudad de Juliaca año 2013-2014", para lo cual se ha tomado como muestra a tres empresas que se dedican a la venta de celulares, que tienen distintas características de administración, organización y trabajo los mismos que operan dentro de la ciudad de Juliaca, Provincia de San Román, Departamento de Puno. El objetivo principal del trabajo de Investigación es determinar los costos de comercialización y la rentabilidad de las empresas en estudio, para tal fin se ha utilizado como materiales, los elementos de costos de distribución y análisis de los documentos fuentes en la determinación de los costos de producción de los diferentes productos, así mismo se tomó en cuenta los estados financieros de los periodos 2013 y 2014 como son: El Estado de situación financiera y el estado de resultados, de las tres empresas en estudio, aplicando para ello el análisis de los métodos de ratios financieros en base a la ejecución de las fórmulas matemáticas y funciones financieras. En la evaluación de los objetivos se utilizaron el método deductivo e inductivo, los cuales nos han permitido evaluar la problemática de las empresas en estudio, Se ha concluido que los empresarios inversionistas en esta actividad de venta de celulares, no toman muy en cuenta los resultados de los estados financieros ni sus costos de comercialización, para la toma de decisiones.

Palabras Claves: Costos, costos de distribución, costos unitarios, costos totales, celulares, empresas, rentabilidad, ventas.

ABSTRACT

This research work entitled: "distribution and profitability costs of companies dedicated to the sale of cellular products in the city of Juliaca year 2013-2014", for which it has been taken as a sample to three companies that are dedicated to the sale of cell phones, which have different characteristics of administration, organization and work the same that operate within the city of Juliaca, Province of San Román, Department of Puno. The main objective of the Research work is to determine the commercialization costs and the profitability of the companies under study, for this purpose it has been used as materials, the elements of distribution costs and analysis of the source documents in the determination of the costs of production of the different products, the financial statements for the periods 2013 and 2014 were also taken into account, such as: The Statement of Financial Position and the Income Statement of the three companies under study, applying for this the analysis of the methods of financial ratios based on the execution of mathematical formulas and financial functions. In the evaluation of the objectives the deductive and inductive method were used, which have allowed us to evaluate the problem of the companies under study. It has been concluded that the businessmen investing in this activity of cell phone sales, do not take into account the results of the financial statements or their marketing costs, for decision making.

Keywords: Costs, distribution costs, unit costs, total costs, cellular, companies, profitability, sales.

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

El siguiente trabajo fue desarrollado en el departamento de Puno Provincia de San Román distrito de Juliaca que se caracteriza por tener una variedad de pequeñas empresas de servicios, una actividad importante especialmente en la ciudad de Juliaca que cuenta con muchos habitantes y considerado como principal eje comercial de la región de Puno, por consiguiente permite que las empresas dedicadas a la comercialización de productos celulares se mantengan permanentemente en el proceso continuo de sus actividades generando ingresos económicos y dando empleo a importante cantidad de mano de obra en el ámbito local, regional y nacional. Sin embargo no cuenta con procedimientos, métodos ni registros de costos, que demuestre en forma clara y precisa cuánto cuesta comercializar sus productos, en virtud de esto, no conoce con exactitud sus márgenes de utilidad sobre las ventas, es por ello que al analizar sus costos de comercialización y el efecto en nivel de rentabilidad, permita tomar decisiones oportunas, para ello se trató con un enfoque mixto de investigación, de esta manera dar un aporte a la empresa para que disponga de información de costos reales (Comerciales), este proporcionara información financiera para planear, evaluar, controlar y asegurar las actividades de los recursos de la empresa, logrando de esta manera que las empresas puedan cumplir con sus objetivos, así tomar decisiones correctivas.

A parte de ello con el modelo propuesto permitirá mantener una información actualizada sobre los costos de productos que intervienen en la comercialización de la empresa que servirá de información para el análisis económico-financiero de la empresa. Por lo que a través del presente trabajo de investigación se orienta a los inversionistas o empresarios del sector de la venta de productos celulares presentar una buena y adecuada

organización empresarial, conocimiento y manejo de sus costos de inversión de capitales, recuperación de los mismos, traducidos en una rentabilidad real.

Bajo estas consideraciones el trabajo de investigación constituye de cuatro capítulos los cuales están desarrollados de la siguiente manera: en el capítulo I se está desarrollando lo que es la introducción, luego en el capítulo II lo que es revisión de literatura, y en el capítulo III lo que es materiales y métodos, para finalmente desarrollar en el capítulo IV los resultados y discusión.

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El presente trabajo de Investigación, denominado "costos de distribución y rentabilidad de las empresas dedicadas a la venta de productos celulares en la ciudad de Juliaca año 2013-2014" se realizó tomando en consideración las fuentes que demandan gastos operativos en la venta de Celulares, realizadas por las empresas distribuidoras, constituidos por: fletes, envases y embalajes, viáticos, alojamiento, alimentación, remuneraciones y otros que son necesarios para determinar el costo de Distribución y la Rentabilidad en las.

En este sentido, la comercialización de celulares de las empresas Distribuidoras debe satisfacer las expectativas del empresario, en la obtención de utilidades y satisfacer la demanda del mercado. El aspecto del manipuleo de productos en la distribución constituye una parte del costo del producto, que viene a constituir el valor agregado al producto. En nuestro departamento, concretamente en la ciudad de Juliaca la mayoría de los comerciantes no disponen de un adecuado control de costos de distribución. El conocimiento de dichos costos permitiría, a quienes deseen optar por esta forma, tener una información adecuada, acerca de las erogaciones que se realizan en la comercialización para obtener una rentabilidad adecuada, acorde a la realidad para poder

competir en el mercado de libre competencia en la que nos encontramos actualmente; en esta perspectiva se encuentran las empresas: Salazar Gil Danitza Norma formalmente registrada en el rubro de telecomunicaciones, con una tienda ubicada en el jirón San Martín n° 475; también la empresa MBD Móviles E.I.R.L. formalmente constituida y registrada en el rubro de telecomunicaciones, con una tienda ubicada en jirón Tumbes n° 685; y por último la empresa Techno Comunicaciones E.I.R.L. formalmente constituida y registrada en el rubro de telecomunicaciones, con una tienda ubicada en jirón San Martín n° 320.

La problemática expuesta se traduce en una falta adecuada de utilización de costos de distribución en la comercialización de los productos celulares en las empresas de la ciudad de Juliaca.

1.1.1. IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

La situación actual que enfrentan las tres empresas; Salazar Gil Danitza Norma, MBD Móviles E.I.R.L. y Techno Comunicaciones E.I.R.L. es que no cuentan con procedimientos ni registros de costos que demuestren como se acumulan todos los gastos adicionales al valor de compra inicial o de factura (Costos Comerciales), en virtud de esto no conoce con exactitud sus márgenes de utilidad respecto a las ventas y el rendimiento de sus capitales utilizados (Rentabilidad). Que finalmente limita el crecimiento de la empresa y pérdida de expectativas de inversión.

1.1.2. CARACTERIZACIÓN DEL PROBLEMA

El problema de las tres empresas en estudio, se encuentra normalmente en todo el proceso de comercialización y empieza desde la incorrecta distribución y asignación de costos, a los factores costos, no se toman en cuenta adecuadamente los costos de transporte, los costos de acondicionamiento, fletes, envases y embalajes, viáticos,

alimentación, descuentos entre otros que son necesarios para determinar el costo de distribución y la rentabilidad en las ventas, claramente a falta de control y análisis en los procesos de comercialización. “Los costos representan un flujo continuo que si se escapa del control, puede conducir rápidamente a estados de perdidas lo que podría conllevar a la ruina de la empresa, aunque la estructura del estado de resultados facilita relativamente poca información, el análisis de la estructura de costos es altamente importante en las operaciones internas de las empresas”(Velásquez A., 2004).

Actualmente el precio de venta se determina considerando importes aproximados de costos reales o de acumulación y costos de recuperación en que se incurre, lo que no permite tener montos al detalle para ver los costos en su integridad. Llevando a ineficiencia económica, recayendo en una percepción incierta de sus ingresos y gastos de la empresa.

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

El presente trabajo de investigación busca dar respuestas a las siguientes interrogantes:

1.2.1. PROBLEMA GENERAL

¿Cómo influyen los costos de distribución en la rentabilidad de las empresas dedicadas a la venta de productos celulares en la ciudad de Juliaca en el año 2013-2014?

1.2.2. PROBLEMAS ESPECÍFICOS

- ¿Cuáles son los costos unitarios y totales de la comercialización de las empresas dedicadas a la venta de productos celulares en la ciudad de Juliaca en los años 2013-2014?
- ¿Cuál es el nivel de rentabilidad de las empresas dedicadas a la venta de productos celulares en la ciudad de Juliaca en los años 2013-2014?

1.3. HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN

1.3.1. HIPÓTESIS GENERAL

Las empresas dedicadas a la venta de celulares no disponen de un adecuado costos de distribución por lo tanto influyen negativamente en su rentabilidad. Por lo tanto su grado de rentabilidad financiera y económica es insuficiente al punto de perder sus capitales.

1.3.2. HIPÓTESIS ESPECÍFICAS

- Las empresas dedicadas a la venta de celulares no determinan anticipadamente sus costos unitarios ni totales ya que carecen de las mismas por lo tanto influyen directamente en su rentabilidad.
- El nivel de rentabilidad en las empresas dedicadas a la venta de celulares de la ciudad de Juliaca es bajo, por lo tanto incide negativamente al desarrollo de las empresas.

1.4. JUSTIFICACIÓN DEL ESTUDIO

El presente trabajo de Investigación, denominado “Costos de distribución y rentabilidad de las empresas dedicadas a la venta de productos celulares en la ciudad de Juliaca año 2013-2014.”, se realizó tomando en consideración las fuentes que demandan los costos de comercialización para la venta de productos celulares, constituidos por Insumos, Mano de obra, Costos indirectos, envases, transporte y otros que son necesarios para determinar el costo de, distribución, y su rentabilidad.

Por lo tanto con el presente estudio queremos dar un aporte a las empresas para que disponga de información de costos reales (Costos Comerciales) y rendimiento real económico-financiero (Rentabilidad), este proporcionara información financiera para planear, evaluar, controlar y asegurar las actividades de los recursos de la empresa, logrando de esta manera que la empresa pueda cumplir con sus objetivos, así tomar

dediciones correctivas e introduzcan mejoras en la calidad y en los rendimientos y para que impulsen los cambios e innovaciones que redunden en el beneficio de la empresa.

1.5. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.5.1. OBJETIVO GENERAL

Determinar los costos de distribución y cómo influye en la rentabilidad de las empresas dedicadas a la venta de productos celulares en la ciudad de Juliaca año 2013-2014.

1.5.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Determinar los costos unitarios y totales en las empresas dedicadas a la venta de productos celulares en la ciudad de Juliaca año 2013-2014.
- Determinar el nivel de rentabilidad que se obtiene después del valor agregado de las empresas dedicadas a la venta de productos celulares en la ciudad de Juliaca año 2013-2014.

CAPÍTULO II

REVISIÓN DE LITERATURA

2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

De acuerdo a la revisión bibliográfica realizada se pudo comprobar que existen trabajos realizados referentes a las actividades similares, en la Universidad Nacional del Altiplano Puno, que obran en sus Bibliotecas especializadas. Se ha podido revisar algunos trabajos realizados referentes a las actividades similares de los cuales se mencionan los siguientes:

(Arce Coaquira, 2010), en su Tesis titulado “Costo de Comercialización y Rentabilidad de la Empresa Vidriería 28 de Julio S.C.R.L. de la Ciudad de Puno, Periodo 2008”. Concluye:

“El costo de comercialización total según la empresa es de S/. 1.375.200,47 en cambio según el investigador obtuvo S/. 1.288.210,78, esta diferencia emerge de la diferente capacitación técnica de los propietarios para definir sus costos específicamente en el rubro de gastos esta problemática repercute en los ratios financieros donde también existe una gran deficiencia entre la empresa y el investigador así tenemos rentabilidad de ventas 1,58% a 5,95% también rentabilidad sobre patrimonio 9,44% a 35,48% y rentabilidad sobre activos 3,33% a 12,51% esta diferencia demuestra claramente la influencia de los de comercialización sobre la rentabilidad en los que podemos mencionar que los valores obtenidos según investigador basándonos en la teoría es un nivel de rentabilidad bastante aceptable”.

(Tarqui Chaparro, 2016), en su tesis Titulado: "Determinación Del Costo De Producción Y Rentabilidad De Puertas Especiales Combinadas De Fierro Y Madera En Yunguyo" concluye que:

- Los costos de producción para las empresas Industriales de metal mecánica en la ciudad de Yunguyo son muy similar variando solamente sus costos operativos de producción en función al volumen producido por las empresas tal como se aprecia en el cuadro No 01 al 06.
- El resultado de los costos que constituye la suma de consumo de materiales, mano de obra y los gastos indirectos para el año de 2014 y 2015 obtuvieron resultados favorables. Todos estos resultados se muestran en los cuadros Nos 01 al 06, los mismos que han sido llevados a un análisis en la determinación del costo unitario de producción, con realización de las operaciones matemáticas y métodos de Investigación Inductivo y deductivo.
- Por la uniformidad de la utilización de los elementos de costos tales como materiales, mano de obra y otros gastos indirectos que forman los costos de producción en las empresas dedicadas a la producción de metal mecánica están reflejados en las hojas de costos preestablecidos Nos 01 al 06 del presente trabajo de investigación.
- En cuanto a la rentabilidad Patrimonial, General, de Ventas y Activo Total, de las empresas estudiadas los resultados han arrojado los resultados muy favorables por lo tanto es necesario continuar mejorando sus costos con la finalidad de obtener mayores ingresos.
- De los resultados de las encuestas a que han sido formuladas sus costos de producción no reflejan una real situación del costo de producción, por lo que es necesario aplicar un sistema de costo de distribución de gastos indirectos el método más apropiado a su realidad.

(Quispe Eusebia, 2003), en su Tesis titulado “Determinación de Costos y Rentabilidad en la Confección de Puertas y Ventanas Metálicas para la Ciudad de Puno” Concluye:

“La estructura de costos para cada uno de los Productos en estudio según el modelo establecido varía de acuerdo a la medida y calidad requerida, así la rentabilidad obtenida por cada estructura metálica es según modelo, medida y material empleado para la producción de la misma. Las empresas industriales estudiadas afrontan una serie de dificultades en la determinación de sus costos y rentabilidad, por lo que se hace necesario poner un modelo contable acorde a los precios actuales”.

(Román Carcausto, 2002), en su Tesis titulado “Costos De Comercialización y su Rentabilidad de las Empresas Comerciales de la Ciudad de Juliaca” Concluye:

“Los costos de distribución para las empresas comercializadoras de prendas de vestir es muy similar, sólo varían sus costos operativos en función al volumen de ventas realizadas por las empresas tal como se aprecia en el cuadro No 25 al 26”. El resultado de los costos de comercialización constituye la suma de todos los gastos de comercialización, que forman parte al costo de las mercaderías adquiridas, así podemos indicar que para el año de 1997 la empresa de Yudith Rosario Asqui Mayta tiene un costo promedio de S/. 50.38 por producto, Alejandro Cama de S/. 51.85, y empresa de Ignacio Chambi de S/. 51.77. Para el año de 1998 tenemos el siguiente resultado de S/. 55.49, S/. 57.85 y S/. 56.37 respectivamente. Todos estos resultados obtenidos fueron en función a las encuestas, tabulación de los cuadros, los mismos que han sido llevados a un análisis en la determinación del total del costo de comercialización, con realización de las operaciones matemáticas y métodos de Investigación Inductivo y Deductivo”.

(Díaz, J. 1987), Para determinar el costo de comercialización primero es la compra y/o adquisición de productos necesarios, estos mismos con el manipuleo de traslado de un lugar a otro se va cargando otros gastos denominado el valor agregado al costo de adquisición, para luego transformarse en producto final para su venta, luego saber cuánto es el costo de comercialización y encontrar el precio de venta a cuánto se debe vender, para esto es necesario recurrir a la contabilidad de costos.

Además indica que los costos de producción, llamado también costo bruto o comercial es que resulta de sumar el costo de fabricación, los define como los gastos que incurren en la dirección, control y administración de la empresa, dentro de estos lo identifican como los gastos de secretaria, contabilidad y control financiero: ejemplo gastos de oficina por alquiler, teléfono, luz, fletes, depreciaciones, sueldos etc. Mientras que los costos financieros son aquellos en que se incurre para la obtención del dinero que puede ser mediante líneas de crédito y otras modalidades. A todo lo anterior se denomina la determinación del costo de comercialización según los gastos que se han efectuado durante el proceso hasta obtener el precio de venta al público, mientras que muchas pequeñas empresas no practican la determinación real de los costos, solo se limitan a estimar en base a la experiencia adquirida: Díaz Mosto, define a esta práctica como presupuesto de venta de la siguiente manera. El presupuesto de venta, es una estimación en base a la experiencia y a la Estadística de períodos anteriores: así se estimará el precio del producto adquirido, mano de obra y los gastos indirectos que son necesarios para realizar comercialización, teniendo los posibles cambios de calidad, diseños y métodos de venta.

(Huayhua Peralta, 2010), en su Tesis titulado “costo de producción y rentabilidad en la industria de puertas y ventanas metálicas en la ciudad de Juliaca”. Concluye:

- “Las empresas en estudio de las Industrias dedicadas a la producción de puertas y ventanas metálicas, conocen los costos de producción de manera empírica en el manejo de materia prima directa e indirecta y la mano de obra directa e indirecta sin incluirlos a los costos de producción, así mismo desconocen la aplicación del factor de distribución de los costos indirectos, donde deben incorporarse las cargas sociales las depreciaciones y otros gastos como parte de elementos del costo de producción, para obtener los costos unitarios”.
- “Los costos de producción en las empresas son similares. Llegando a los costos que constituye la suma de consumo de materiales, Mano de Obra y los Gastos indirectos. Todos los resultados obtenidos fueron traducidos en las hojas de costos de producción N° 01 al 09, los mismos que han sido llevados a un análisis en la determinación del costo total de producción, aplicando los métodos de investigación inductivo y deductivo”.
- “En cuanto a la rentabilidad general, de ventas, patrimonial y activo total de las empresas estudiadas los resultados han arrojado los siguientes promedios: Rentabilidad general 25.13%; Rentabilidad de las ventas 7.55%; Rentabilidad patrimonial 34.96%; Rentabilidad del activo total 3.42 soles por cada sol, lo que significa que sus inversiones se encuentran favorables”.

2.2. MARCO TEÓRICO

2.2.1. EMPRESA

La empresa ha venido a configurarse debido a las necesidades materiales del hombre, como la acción individual o colectiva en la evolución económica se presenta como una persona natural o como la reunión de varias personas cuyos componentes pueden ser personería jurídica con derechos y obligaciones propias surgiendo como

consecuencia la necesidad de contar con normas que protejan y justifiquen su existencia, también se define a la empresa es la unidad económica de producción por tanto es la reunión de los factores de producción (trabajo, capital, tierra, dirección) con vistas a la obtención de bienes , servicios y su posterior distribución en el mercado en un sentido amplio , se puede considerar a la empresa como sinónimo de sociedad y compañía y definiéndose como la acción ardua que realiza una persona o varias. Con el objetivo de obtener un beneficio. (HIDALGO, 1992).

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

- El factor personas está representado por los propietarios, administrativos y todos los empleados que laboran en la empresa.
- El capital está constituido por los aportes que hacen los propietarios de la empresa y pueden estar representada en dinero en efectivo, mercaderías, .maquinas, unidades de transportes, muebles y otros bienes. (DIAZ, 1981)

El trabajo es la actividad que realizan las personas para lograr los objetivos empresariales que pueden ser la producción de bienes, compra - venta de mercaderías o la prestación de un servicio. (BROYLES, Técnicas Modernas de Administración Financiera, 2000).

2.2.1.1. EMPRESAS COMERCIALES

Las empresas comerciales son las que adquieren bienes o mercancías para su venta posterior. Las empresas comerciales se clasifican a su vez en mayoristas (adquieren bienes en grandes cantidades para distribuir, normalmente entre los minoristas) minoristas (venden a una escala mucho menor que los mayoristas, normalmente al

consumidor final del producto), y las terceras son las comisionistas (se encargan de vender productos a cambio de una comisión). (Chambergo Guillermo, 2009) Empresas comerciales: Se dedican a la venta de productos, sin cambiar su forma básica.

2.2.1.2. EMPRESAS INDUSTRIALES

Son aquellas que se dedican a convertir materias primas en otros productos. Estos artículos finales pueden servir para cubrir las necesidades de los consumidores o por el contrario presentarse como un elemento más en otros procesos de producción. Como ya sabemos, una empresa es una red organizada con una cierta suma de capital que lleva a cabo procesos productivos por medio de sus trabajadores y ayudados por las mejores tecnologías. Además de crear una gran cantidad de productos, también deben realizar otros tipos de tareas como las que están relacionadas con la administración (documentación) y las de comercialización para la compra y venta de los diferentes recursos que se utilizan en la empresa.

2.2.2. ACTIVIDAD EMPRESARIAL

Se denomina actividad empresarial a la unidad económica que reúne los factores de producción (trabajo, capital, tierra y dirección) para la obtención de bienes, servicios y su posterior distribución en el mercado. En un sentido amplio, se considera a la empresa como sinónimo de sociedad y compañía y definiéndose como la acción ardua que realiza una persona o grupo de personas con el objeto de obtener un beneficio.

En toda empresa grande o pequeña, se encuentran tres factores necesarios para que pueda cumplir su actividad: personas, capital y trabajo. El factor personas está representado por los propietarios, administrativos y todos los empleados que laboran en la empresa.

El capital está constituido por los aportes que hacen los propietarios de la empresa y puedan estar representada en dinero en efectivo, mercaderías, maquinas, unidades de transportes, muebles y otros bienes. (Diaz, 1987). El trabajo es la actividad que realizan las personas para lograr los objetivos empresariales que pueden ser la producción de bienes, compra – venta de mercaderías o la prestación de un servicio. (Broyles, 2001).

2.2.3. COSTOS

En términos económicos, es el valor de los factores de producción empleados, (recursos humanos, materiales, servicios e infraestructura, así como recursos financieros), costo que será medido por el valor de los bienes o servicios producidos al emplear tales factores. (Torres Origuela, 2006).

Costo es la medición en términos monetarios de la cantidad de recursos que se usan para algún propósito. Desde el punto de vista contable, podemos definir como el conjunto de esfuerzos y recursos, organizados, controlados y registrados adecuadamente para obtener bienes y/o servicios a través de un sistema de información que clasifica, acumula, controla y asigna los costos para determinar los costos y facilitar la toma de dediciones el planeamiento y su gestión. (Torres Origuela, 2006).

2.2.3.1. ELEMENTOS DE LOS COSTOS

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

- Materia prima
- Mano de obra

- Gastos Indirectos de fabricación

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

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

Gastos indirectos de fabricación.- Agrupa los gastos y necesidades para lograr esa transformación, tales como, equipo, herramientas, fuerza motriz, etc. En el sentido más amplio los elementos de costo que frecuentemente se consideran en:

A. MATERIALES

Los materiales son elementos básicos que se transforman en productos terminados a través del uso de la mano de obra y de los costos indirectos de fabricación en el proceso de producción. El costo de material puede ser directo e indirecto.

- A.1 Materiales directos.- Son aquellos que pueden identificarse con la producción de un artículo determinado, son fácilmente atribuibles al producto y representan el principal costo del material
- A.2 Materiales indirectos.- son aquellos que no son materiales directos, aunque están involucrados en la fabricación de un producto, por ejemplo: el pegamento para muebles. Se consideran los materiales indirectos, como parte de los costos indirectos.

B. MANO DE OBRA

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

- B.1. Mano de Obra Directa.- Es la que está directamente involucrada en la fabricación de un producto terminado que se puede asociar fácilmente con el producto y que no representa el principal costo de mano de obra en la fabricación de ese producto. Se considera como costo primo y a la vez como costo de conversión. El trabajo de los operadores de una maquina en una empresa manufacturera se considera como mano de obra directa.
- B.2. Mano de Obra Indirecta.- Es el trabajo que no es fácilmente mostrado en el producto sino en forma general a toda la planta se incluye como parte de los costos indirectos de la fabricación. El trabajo del supervisor de planta, los inspectores de producción son ejemplos de mano de obra indirecta.

C. COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN

Son todos los conceptos que incluyen el conjunto de costos y que se usan para acumular los materiales indirectos, mano de obra indirecta y todos los otros costos indirectos de fabricación, porque no se les puede identificar directamente con los productos específicos. Los ejemplos, que además de materiales indirectos y mano de obra indirecta son: arrendamiento, energía, calefacción de fábrica, depreciación de edificio y del equipo, mantenimiento, etc. Los costos indirectos de fabricación también pueden clasificarse como: costos fijos, variables y mixtos”. (Reyes, E. 1995).

2.2.3.2. DIFERENCIAS ENTRE COSTOS GASTOS Y DIFERENCIAS

Costos. Se capitalizan en el inventario de productos terminados. Son egresos necesarios para adquirir o producir bienes. Es la medición del empleo de bienes y servicios que son utilizados para crear otros bienes y servicios. (Flores Soria, 2000).

Gastos. No se capitalizan, sino que como su nombre lo indica, se gastan en el periodo en el cual se incurren. Son egresos necesarios para producir rentas. (Torres

Origuela, 2006) Medición del empleo de bienes y/o servicios que se extinguen en el desarrollo de las operaciones. (Callo Caceres, 2003).

Pérdida. Es el exceso de todos los gastos sobre los ingresos totales de un periodo dado. Exceso de todo o la parte adecuada del costo de activos sobre los ingresos. (Torres Origuela, 2006).

2.2.4. SISTEMA DE COSTOS

Un sistema de costos es una serie de reglas y principios enlazados que rigen la instalación y operación de todo un proceso, por medio del cual se averigua los detalles del costo de materiales, mano de obra y gastos indirectos.

2.2.4.1. CLASIFICACIÓN DEL SISTEMA DE COSTOS

a. COSTOS HISTORICOS O REALES

Toman el nombre de costos históricos o costos reales, las cifras registradas en los libros de contabilidad de fábrica, indicando cuanto gastamos en materiales, en mano de obra y gastos de fabricación, debidamente justificados.

b. COSTOS PREDETERMINADOS

Los costos predeterminados, son el resultado de los cálculos estimados realizados con anterioridad a la producción.

c. SISTEMA DE CONTABILIDAD POR PROCESOS

Sistema de contabilidad por procesos, significa contabilizar los factores productivos por fases sucesivas o departamentales. Precizando la característica de este método es la agrupación de los costos por departamentos a un costo medio por unidad de Producto.

d. SISTEMA DE COSTO ESTANDAR

Un sistema de costo estándar, es un método que sirve de contabilidad de costos en el que se utilizan para registrar ciertas transacciones y en el cuál se acostumbra comparar los costos reales con las de estándar para determinar la cuantía y causas de las desviaciones.

e. SISTEMA DE COSTOS POR ÓRDENES ESPECÍFICAS

Este sistema también es conocido con el nombre de costos por pedidos, opera en aquellas empresas cuya producción es a base de pedidos o lotes de trabajo, ya sea utilizando datos históricos o predeterminados, como sería el caso de las empresas que fabrican muebles, zapatos, etc.

Es característica de este sistema, el que en cualquier momento se puede identificar específicamente una parte del artículo que se está elaborando. Así mismo se puede suspender el trabajo y luego reanudarlo, sin que por ello se perjudique la producción del lote que se está haciendo, o que se trata de producción intermitente. Se refiere a materiales, mano de obra y cargas fabriles necesarios para completar una orden o lote específico del producto terminado, estos pueden ser fabricados para un determinado cliente o para el almacén.

El sistema de costos por órdenes específicos, obedece a un plan de producción de órdenes de fabricación, el tipo de producción es generalmente por lotes, en este sistema no se produce para stock sino para pedidos.

f. SISTEMA DE COSTOS POR PROCESOS

El empleo de este sistema, con datos históricos o Predeterminados, se justifica en aquellas empresas cuya producción es continua en donde las partes específicas del

artículo, o el mismo artículo se produce en forma continua en un determinado período.

Por ejemplo las Industrias de textiles, las fábricas de vidrios etc.

g. COSTOS FIJOS

Costos que tienden a permanecer constante en tanto las ventas totales aumentan o disminuyen dentro de los límites razonables. Aquel que permanece invariable en relación con los cambios en el volumen de producción ejemplo, alquileres sueldos etc. Costos fijos son aquellos que permanecen constantes durante cualquier proceso de manufactura, bien sea que el volumen de producción de ventas varíe favorable o desfavorablemente, con mucha frecuencia se afirma.

h. COSTOS VARIABLES

Son costos variables, aquellos que varían en forma proporcional con la producción o las ventas, tales como los materiales directos, la mano de obra directa, y algunos gastos generales de producción, tales como los suministros, el mantenimiento de equipos maquinas, las comisiones etc.

2.2.5. CONTABILIDAD DE COSTOS

“Es el estudio y composición de los elementos que constituyen el costo de fabricación pues en función de dicho costo se obtiene el costo de lo vendido que tiene por fin evaluar lo que cuesta producir en el taller o en la planta los artículos o, los servicios que proporcionan la empresa. Se define como la clasificación, registro y ubicación adecuada de los gastos para la determinación de lo que cuesta producir los artículos o servicios que proporciona la empresa y por consiguiente el precio a que pueden ser vendidos de acuerdo al margen de utilidad esperado" (Díaz, J. 1991).

“La contabilidad de costos es una parte de la contabilidad general que se preocupa del control, clasificación, registro de todos los gastos incurridos en la fabricación de un artículo determinado con el objeto de conocer su gasto de transformación”. (Ichocan, S. 1986).

2.2.5.1. OBJETIVO DE LA CONTABILIDAD DE COSTOS

Los objetivos de la contabilidad de costos pueden resumirse de la siguiente manera: El objetivo principal de la contabilidad de costos es de proporcionar información contable que ayuda a la gerencia en el proceso de toma de decisiones como, por ejemplo: ¿Qué bienes se deben producir? ¿Qué se deben suprimir? ¿Qué precio debemos cobrar por nuestro producto? ¿Debemos fabricar un componente o adquirirlo de terceros? “Los objetivos que persigue la contabilidad de costos, es medir y controlar los costos de bienes económicos que se viene produciendo o se piensa producir como sustituto de otro bien, tomando en cuenta la competencia de mercado” (Hidalgo, J. 1992).

2.2.5.2. IMPORTANCIA DE LA CONTABILIDAD DE COSTOS

“La contabilidad de costos es importante porque contribuye directa o indirectamente al aumento de las utilidades de la empresa. Esta meta se logra suministrando a la administración las cifras que puedan utilizarse para llegar a las decisiones que reduzcan los costos de fabricación o aumenten el volumen de ventas, una empresa debe tener sistema de contabilidad de costos que contribuyan al éxito de las operaciones del negocio:

- La determinación de los costos de los materiales, mano de obra y la carga fabril incurridos en un trabajo específico o en un departamento específico de una fábrica.

- Habiendo determinado estos costos unitarios, la gerencia está capacitada para estudiarlos y analizarlos con vistas a lograr las reducciones en los costos, pueden ser efectuados por decisiones administrativas.
- los costos de producción por unidad proveen una guía para comprobar si los precios de venta son adecuados, éstos últimos resultan influidos por la competencia de la oferta y la demanda. Un sistema efectivo de la contabilidad de costos facilita la preparación de una serie de informes en los cuales fundamentar las decisiones de la gerencia.” (Ichocan, S. 1986).

2.2.6. COSTO DE VENTAS

Es aquel costo que se determina ajustando el inventario inicial de productos terminados y el inventario final de productos terminados con el costo

2.2.7. RENTABILIDAD

Es el nivel de rendimiento que se ha obtenido de un capital invertido, y se obtiene de la comparación entre la utilidad obtenida y el capital invertido, que representa la gestión de ese capital, y en últimas es la rentabilidad la que nos dice si el negocio en que se ha invertido es un buen negocio o no, la rentabilidad es la relación entre la utilidad y la inversión. (Giraldo Jara, Contabilidad de Costos a Valores Históricos y Predeterminados, 1999).

2.2.8. RATIO

Denominado también razones, índices, relaciones financieras, o coeficientes financieros, constituyen herramientas importantes utilizables para el análisis de las cifras pasadas, contenidas en los estados financieros importantes: balance general y el estado de ganancias y pérdidas, en los que están registrados los movimientos económicos y financieros de la empresa. (Velásquez A., 2004).

2.2.9. CONCEPTO DE CELULAR

La palabra celular es modernamente aplicada a los teléfonos móviles, que son dispositivos electrónicos inalámbricos, y a la telefonía celular móvil, que permite el funcionamiento de esos aparatos o celulares, para poder alcanzar el propósito comunicacional para el que han sido creados. Si bien existen redes telefónicas satelitales móviles, el nombre celular proviene de la red de antenas repetidoras organizadas en red, donde cada antena es una célula interconectada en forma de malla, que realizan el enlace entre los aparatos y las estaciones de base. Las estaciones receptan las frecuencias y las transmiten de unas células o estaciones a otras, hasta llegar al destino requerido. Las redes de telefonía móvil pueden ser analógicas o digitales. Las células, son compartimentos pequeños, a la manera de las celdillas de un panal de abejas. Las células del sistema de telefonía celular, son las diferentes zonas que cubre la red.

Los teléfonos celulares han tenido una gran difusión por su portabilidad, el acercamiento de las comunicaciones, aún en grandes distancias, y sin requerirse un punto fijo para lograr la comunicación, y cada vez se les incorporan funciones más sofisticadas que le adicionan a su primordial función de aparato telefónico, la de cámara fotográfica, agenda, envío de mensajes de texto, MP 3, radio y servicios de Internet.

2.3. MARCO CONCEPTUAL

Actividad. Es el conjunto de tareas para mantener, de forma permanente y continua, la operatividad de la acción del gobierno. Representa la producción de los bienes y servicios que la entidad lleva a cabo a sus funciones y atribuciones, dentro de los procesos y tecnología acostumbrados.

Comercialización. La Comercialización se define como un puente entre la producción y el consumo, abarca todas aquellas actividades que se realiza con el propósito

de hacer llegar los productos y servicios, también puede ser definida como el conjunto de actividades que se ocupan de reconocer las necesidades del consumidor, de desarrollar productos y servicios para satisfacerlas. Siendo así un puente en la producción de bienes hasta llegar al consumidor.

Control. Proceso por medio del cual las actividades de una organización quedan ajustadas a un plan preconcebido de acción y el plan se ajusta a las actividades de organización.

Costo. Erogación o desembolso en efectivo, en otros bienes, en acciones de capital o en servicios, o la obligación de incurrir en ellos identificados con mercancías o servicios adquiridos con cualquier pérdida incurrida, y medidos en función de dinero en efectivo pagado o por pagar del valor de mercado de otros bienes, acciones de capital o servicios proporcionados en cambio. En el concepto de costo se encuentra implícita la base de acumulación.

Costo Directo. Es aquel que puede asignarse específicamente a un segmento de negocio tal como departamento, planta o producto, generalmente los costos de materias primas y mano de obra directa son directos con respecto a los departamentos y los productos, los costos directos son calculados cargados directamente al producto.

Costo Indirecto. Los costos indirectos de fabricación como se recordará son todo los costos que no están clasificados como materias primas directas ni mano de obra directa, aunque los gastos de venta y administración también se consideran gastos indirectos; estos gastos no forman parte de los costos indirectos no puede identificarse de una manera específica con el producto, Departamento y planta, más se debe asignar sobre alguna base elegida para tal propósito. Los costos indirectos de fabricación pueden sub

dividirse según el objeto del gasto en tres categorías: Materiales indirectos, mano de obra indirecta y costos indirectos generales de fabricación.

Costos de Distribución. Los costos de distribución son todos los desembolsos en que incurre un productor para hacer llegar sus productos, desde su planta de fabricación hasta el lugar en que son adquiridos, constituyéndose así en un componente fundamental del costo total para el productor y del precio que pagan los consumidores, por ello su análisis reviste gran importancia en términos de eficiencia empresarial.

Costo de Producción. Se trata del conjunto de los gastos que son necesarios para producir un servicio o un bien. El costo de producción, por lo tanto, está formado por todas las inversiones que una empresa debe realizar para seguir en funcionamiento y producir aquello que comercializa.

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

Costos Totales. El costo total es la suma de los costos fijos y los costos variables

Demanda. Cantidad de bienes y servicios que son adquiridos por consumidores a diferentes precios, a una unidad de tiempo específica (un día, un mes, un año, etc.) ya que sin un parámetro temporal no podemos decir si una cantidad de demanda crece o decrece.

Denominación de costo en contabilidad.

Costo de Producción: Se define como el conjunto de esfuerzos y recursos que se invierte para obtener un bien, esto es costo de inversión es decir suma del costo primo y otros gastos.

Costo Primo: Suma de materias primas y mano de obra.

Gastos de Distribución: Este tipo de costos afecta los ingresos obtenidos en un período determinado siendo su fórmula gastos de venta, más gastos administrativos, gastos financieros y más operación compra-venta= Costo de Distribución.

Costo Total: Es la suma del costo de Producción más el costo de distribución.

Producción: Serie de fases por la que pasa un material cambiando de forma mediante la utilización de trabajo, herramientas, máquinas y operaciones de acuerdo a un plan establecido. Producción también es el rendimiento de la acción del hombre de los materiales y las herramientas, trabajando de acuerdo a un plan utilizando los materiales, maquinarias equipos de la manera adecuada y más eficiente Estado que permite conocer el grado de cumplimiento de las metas presupuestarias aprobadas en los presupuestos institucionales de las entidades, a un periodo determinado.

Eficacia. Se refiere al grado de avance y/o cumplimiento de una determinada variable respecto a la programación prevista. Para efecto de la evaluación presupuestal, la eficacia se aplica al grado de ejecución de los ingresos y gastos respecto a Presupuesto Institucional de Apertura y el Presupuesto Institucional Modificado, así como el grado de las metas presupuestarias. Logro de los efectivos propuestos, coherente entre objetivos y resultados.

Eficiencia. El indicador de eficacia relacionado dos variables permitiendo mostrar la optimización de los insumos (entendiéndose como la mejor combinación y la mejor utilización de recursos para producir bienes y servicios) empleados para el cumplimiento de las metas propietarias. Los insumos son los recursos financieros, humanos y materiales empleados para la consecución de las metas. Para efecto de la elaboración de la evaluación institucional, este indicador contrasta los recursos financieros y las metas.

Ganancia Bruta. Es la diferencia entre lo que se paga por un producto y el precio a la que se vende expresados en dólares o soles, la fórmula para calcular la ganancia bruta es, valor de venta menos costo.

Manufactura. Es el control de los procedimientos operativos en los movimientos de manufacturas.

También colecta información de los trabajos en proceso y revisar los plazos, los lugares cuando hay cambios en los planes originales.

Margen de Utilidad o Ganancia. Es la diferencia entre el precio de venta y el costo, pero expresado en porcentaje del precio de venta, la fórmula para calcular el margen del producto es, ganancia bruta dividido entre el valor de venta.

Método. Es el procedimiento sistemático que sigue a la consecuencia de un fin.

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

Productividad. La productividad es una medida económica que calcula cuántos bienes y servicios se han producido por cada factor utilizado (trabajador, capital, tiempo, costes, etc.) durante un periodo determinado.

Producto. Es el bien obtenido como resultado de cambiar por medio de la acción humana, en un proceso de producción varios medios o factores de esta.

Publicidad. Forma pagada de presentación o promoción no personal de bienes, servicios y o ideas. Normalmente se paga por medio de un patrocinador identificable. Se denomina también a cualquier evento o comunicación a través de medios establecidos, pagando o gratuitamente, que atrae la atención hacia un producto.

Toma de Decisiones. El proceso, en esencia, permite resolver los distintos desafíos a los que se debe enfrentar una persona o una organización. A la hora de tomar una decisión, entran en juego diversos factores. En un caso ideal, se apela a la capacidad analítica (también llamada de razonamiento) para escoger el mejor camino posible; cuando los resultados son positivos. Cualquier toma de decisiones debería incluir un amplio conocimiento del problema que se desea superar, ya que solo luego del pertinente análisis es posible comprenderlo y dar con una solución adecuada.

Rentabilidad. La rentabilidad nos permite conocer en qué medida los costos establecidos permiten a la empresa conseguir un beneficio, mantener la prosperidad de su producción o en caso contrario inducir a organizarse de modo diferente para su supervivencia o su expansión. La rentabilidad es comparar los resultados obtenidos del negocio en el plano económico, con los esfuerzos efectuados en el mismo plano para la creación de la empresa que su actividad sea producción, comercialización, Industrialización etc.

Ventas. Una definición general es cambio de productos y servicios por dinero. Desde el punto de vista legal, se trata de la transferencia del derecho de posesión de un bien, a cambio de dinero. Desde el punto de vista contable y financiero, la venta es el monto total cobrado por productos o servicios prestados.

CAPÍTULO III

MATERIALES Y MÉTODOS

3.1. UBICACIÓN GEOGRÁFICA DEL ESTUDIO

El presente trabajo de investigación tuvo lugar en la ciudad de Juliaca que está, ubicada al lado norte, de la ciudad de Puno y de la meseta del Collao a 3,825 M.S.N.M. la ciudad de Juliaca es Capital de la Provincia de San Román. Específicamente se realizó el estudio en el área comercio, comercialización de productos celulares de tres empresas.

El presente trabajo de estudio se realizó a tres empresas dedicadas a la venta de productos celulares que se encuentran en las calles más comerciales de la ciudad de Juliaca, Provincia de San Román, Departamento de Puno. Se realizó la investigación el período comprendido del mes de enero de 2013 al mes de diciembre de 2014, cuya actividad se complementa con comprar y vender productos de comunicación. Las muestras han sido utilizadas, con la finalidad de determinar los costos de comercialización de los productos terminados. Con los resultados de compra y de ventas se determinó su Rentabilidad, de cada una de estas empresas

3.2. POBLACIÓN Y MUESTRA DEL ESTUDIO

3.2.1. POBLACIÓN

El presente trabajo de investigación se desarrolló en la ciudad de Juliaca, Provincia de San Román departamento de Puno. Tomando en consideración a 10 empresas grandes que existe en los mercados de la ciudad de Juliaca, de los cuales se tomó como muestra a 03 empresas que se dedican a la comercialización de productos celulares los más importantes y que se encuentran en el sistema de tributación general.

Tabla 1: Lista de población para muestra

NÚMERO	NOMBRE DE LAS EMPRESAS	RUC
1	AyC Móviles Distribuidores E.I.R.L.	20406500278
2	Quispe Laura Zósimo Jesus	10425966469
3	Salazar Gil Danitza Norma	10020465552
4	Perú Celular S.A.C.	20413367983
5	Aguilar Lipa Blanca	10806704164
6	MBD Móviles E.I.R.L.	20447673500
7	Choque Pari Yhony Martin	10414030853
8	Grupo Móvil E.I.R.L.	20445500128
9	Yanqui Flores Aurora	10019435679
10	Techno Comunicaciones E.I.R.L.	20406538720

FUENTE: Realizado el cuadro por el autor.

En la Tabla 1 se observa, según la formula se tomó a 10 empresas dedicadas exclusivamente a la venta de celulares, en la ciudad de Juliaca del cual se detallan sus datos.

3.2.2. MUESTRA

El tamaño de la muestra se determinó utilizando la siguiente Fórmula Estadística; para muestras estratificadas utilizamos la siguiente formula:

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

Dónde:

n : Tamaño de la Muestra

E² : Nivel de Confianza

Z² : Grado de Confianza.

REEMPLAZANDO TÉRMINOS TENEMOS:

$$n = \frac{(2,275)^2 (10)}{(10-1)(0.1)^2 + (2,275)^2}$$

$$n = \frac{(5.175625)(10)}{(09)(0,01) + 5,175625} = \frac{51.75625}{5.265625} = 9.83$$

$n = 9.83 =$ tamaño de muestra de la Población Universo.

Aplicando la teoría de Fischer Arkin Calton, recomienda en pequeñas muestras utilizar el 25% de la Población Universo de donde:

$$25\% \text{ de } 9.83 = 2.45 = 3$$

Tabla 2: Lista de las empresas para muestra

NÚMERO	NOMBRE DE LAS EMPRESAS	RUC
1	Salazar Gil Danitza Norma	10020465552
2	MBD Móviles E.I.R.L.	20447673500
3	Techno Comunicaciones E.I.R.L.	20406538720

FUENTE: Realizado por el autor.

En la Tabla 2, aplicando la teoría de Fischer Arkin Calton, se considera a 3 empresas como muestra para el presente estudio.

3.3. MÉTODOS DE LA INVESTIGACIÓN

Para el presente trabajo de Investigación se propone emplear los métodos hipotéticos: INDUCTIVO y DEDUCTIVO, por lo cual explicamos los siguientes:

3.3.1. ENFOQUE CUALITATIVO - INDUCTIVO.

Utiliza la recolección de datos sin medición numérica para descubrir o afinar preguntas de investigación y puede o no probar hipótesis en su proceso de interpretación. Su propósito es reconstruir la realidad tal como la observa los actores de un sistema social previamente definido, su énfasis no está en medir variables sino en entenderlos. (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2003). Este enfoque permitió utilizar la recolección de datos, de los dos periodos 2013 y 2014 de las tres empresas en estudio, sin medición numérica, como las. Descripciones y las observaciones, para descubrir y afinar las preguntas de investigación y también para entender las variables (costos de comercialización, rentabilidad).

3.3.2. ENFOQUE CUANTITATIVO - DEDUCTIVO.

Se fundamenta en un esquema deductivo y lógico, usa la recolección de datos para probar las hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico para establecer patrones de comportamiento. (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2003).

Este enfoque permitió utilizar la recolección de datos, e los dos periodos 2013 y 2014 de las tres empresas en estudio, para contestar preguntas y probar hipótesis, con base en la medición numérica así mismo como el conteo, para establecer con exactitud patrones de comportamiento de las empresas.

3.4. TIPO DE INVESTIGACIÓN

El tipo de investigación que se empleó fue descriptivo, explicativa básica y Expos-facto, que consiste en analizar los documentos existentes.

Descriptivo. Llamada también investigación básica o diagnóstica. Son investigaciones elementales en las que se pretende indagar solamente sobre las características de un fenómeno. Exhibe el conocimiento de la realidad tal como se presenta en una situación de espacio y tiempo, en esta parte del estudio se pregunta y se registra, describe el fenómeno sin introducir modificaciones, tal cual.

Analítico o Explicativo. Busca la asociación o correlación entre variables, cual es la causa o cual es el efecto. (Costo de distribución y rentabilidad).

3.5. TÉCNICAS DE LA INVESTIGACIÓN

Para el presente trabajo de investigación se utilizó las siguientes técnicas:

- Investigación bibliográfica.

- Visitas periódicas programadas a las empresas en estudio.
- Entrevistas a los dueños de las empresas.
- Recolección de las informaciones, mediante encuesta elaborada.
- Recolección, ordenamiento, clasificación y tabulación de datos.

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

Análisis documental. Es una técnica mediante el cual se obtiene información escrita, se recurrirá a esta técnica para analizar fuentes como cuaderno de apuntes, registro de ventas, registro de compras, estados de situación financiera estado de resultados, comprobantes de pago y otros manejados por las empresas dedicadas a la venta de productos celulares con el objetivo de obtener información necesaria para el trabajo de investigación, así como también se hará la revisión y lectura de trabajos de investigación realizadas anteriormente sobre el tema a investigar.

3.6. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

El diseño de la investigación que se aplicó fue el no experimental, tipo transversal descriptivo, por lo que la investigación se realizó sin manipular deliberadamente las variables de estudio, es decir, se observó y describió los hechos tal y como se dan en su contexto natural, recolectando datos en un solo momento con el propósito de describir las variables recolectados según los documentos fuentes para luego analizar su incidencia con posterioridad.

3.7. PROCESAMIENTO DE DATOS

Para el siguiente trabajo de investigación se utilizó los siguientes materiales:

- Actas de constitución de las empresas en estudio.
- Consulta en de fichas ruc.
- Estados financieros y de resultados de las tres empresas en estudio.
- Apuntes en cuaderno de ventas diarias y compras (registro de compras y de ventas).

3.8. VARIABLES

3.8.1. DE LA HIPÓTESIS GENERAL

V.I. Costo de Distribución

V.D. Rentabilidad

3.8.2. DE LAS HIPÓTESIS ESPECÍFICAS

Para la primera hipótesis específica

V.I. Costos de Distribución

V.D. Rentabilidad

Para la segunda hipótesis específica

V.I. Nivel de Rentabilidad

V.D. Desarrollo Empresarial

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. RESULTADOS

Con los datos obtenidos durante en trabajo de investigación, a continuación, exponemos los resultados que se ha obtenido en el ámbito de estudio elegido, con esto pretendemos dar respuesta a cada una de las interrogantes planteadas y de esta manera alcanzar los objetivos, para poder confirmar o rechazar nuestras hipótesis planteadas en principio.

A continuación, detallamos la exposición de acuerdo a los objetivos específicos:

4.1.1. OBJETIVO ESPECÍFICO 1

Determinar los costos unitarios y totales en las empresas dedicadas a la venta de productos celulares en la ciudad de Juliaca año 2013-2014.

En los anexos N° 1 al N° 6 se reflejan el costo directo e indirecto en que incurre las empresas en la comercialización de productos celulares, como una evidencia, de gastos realizados en la adquisición y comercialización de los productos denominados costos de venta, conformado por costo de adquisición y costos adicionales a las compras tales como gastos de fletes, envases embalajes, carguíos de carga y descarga, fletes de transporte, costos de almacenamiento y otros costos de distribución. Conformados de la siguiente manera en. Que expondremos a continuación:

Tabla 3: Resumen de costo unitario y total de adquisición

EMPRESAS	CANTIDAD Y COSTOS AÑO 2013				
	Cant.	C. Adquis	C. Agreg	C. Total	C. Unit.
Salazar Gil Danitza Norma	5864	485008.00	255422.00	740430.00	126.27
MBD Móviles E.I.R.L.	4963	426045.00	222830.00	648875.00	130.74
Techno Comunicaciones E.I.R.L.	4303	441887.00	148813.00	590700.00	137.28
TOTALES	15130	1352940.00	627065.00	1980005.00	

EMPRESAS	CANTIDAD Y COSTOS AÑO 2014				
	Cant.	C. Adquis	C. Agreg	C. Total	C. Unit.
Salazar Gil Danitza Norma	6535	527495.00	299040.60	826535.60	126.48
MBD Móviles E.I.R.L.	2575	255640.00	104489.69	360129.69	139.86
Techno Comunicaciones E.I.R.L.	3030	266317.00	114253.00	380570.00	125.60
TOTALES	12140	1049452.00	517783.29	1567235.29	

FUENTE: Confeccionado por el ejecutor de acuerdo a los resúmenes de costos unitario de compra

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS: Como se observa en la Tabla 3, se evidencia claramente los costos fijos de adquisición de celulares para el año 2013 y 2014; además se observan los costos indirectos o valor agregado (consolidados en resúmenes por gastos indirectos) al producto dando así un resultado de costos totales.

DETERMINAR EL COSTO UNITARIO POR PRODUCTO

Para poder determinar el costo unitario por producto se tomó como datos fundamentales las Tablas 4 al 9 en donde nos muestra el costo total, el costo unitario, por unidades adquiridas y vendidas por cada empresa, los mismos nos muestran el costo de adquisición total y precio de ventas totales, confeccionado los cuadros de la siguiente manera: N° de unidades compradas, el número de unidades vendidas, el costo de adquisición unitario, el costo total de adquisición, el costo de gastos, adicionales a las compras, distribución de los mismos en función al porcentaje de unidades adquiridas, finalmente el precio de venta unitario y las utilidades obtenidas por producto elaborado para cada empresa correspondientes a los años 2013 y 2014 cuyos resultados se aprecia en los cuadros siguientes como sigue:

Tabla 4: Resumen de costo unitario de compra más gastos adicionales, precio de venta unitaria y rentabilidad unitaria del año 2013

EMPRESA: SALAZAR GIL DANITZA NORMA											
Equipos de Venta	Cant	%	C.Unit	C. Adicional	C.compra	C. Total	C.U. Final	P.V.Unit	Rent. Unit	Rent. Total	
Celular Motorola C-120	780	13.30	30.00	33974.96	23400.00	57374.96	73.56	79.00	5.44	4245.04	
Celular Samsung S-166	550	9.38	55.00	23956.70	30250.00	54206.70	98.56	99.00	0.44	243.30	
Celular Samsung S-266	327	5.58	125.00	14243.35	40875.00	55118.35	168.56	169.00	0.44	144.65	
Celular ZTE A-30	810	13.81	30.00	35281.69	24300.00	59581.69	73.56	69.00	-4.56	-3691.69	
Celular Nokia Lumia 530	390	6.65	105.00	16987.48	40950.00	57937.48	148.56	149.00	0.44	172.52	
Celular ZTE A-50	300	5.12	85.00	13067.29	25500.00	38567.29	128.56	159.00	30.44	9132.71	
Celular LG 160	712	12.14	55.00	31013.04	39160.00	70173.04	98.56	99.00	0.44	314.96	
Celular IMEI Sony Xperia M1	130	2.22	245.00	5662.49	31850.00	37512.49	288.56	299.00	10.44	1357.51	
Celular Sony Ericsson K-310	72	1.23	205.00	3136.15	14760.00	17896.15	248.56	259.00	10.44	751.85	
Celular Nokia 1208	470	8.02	95.00	20472.09	44650.00	65122.09	138.56	139.00	0.44	207.91	
Celular Nokia Lumia 630	220	3.75	225.00	9582.68	49500.00	59082.68	268.56	279.00	10.44	2297.32	
Celular Samsung Galaxy Ace 4	218	3.72	91.00	9495.57	19838.00	29333.57	134.56	135.00	0.44	96.43	
Celular Nokia 1112	437	7.45	75.00	19034.69	32775.00	51809.69	118.56	117.84	-0.72	-313.61	
Celular Samsung Galaxy Grand II	238	4.06	225.00	10366.72	53550.00	63916.72	268.56	279.00	10.44	2485.28	
Celular Alcatel U2	210	3.58	65.00	9147.10	13650.00	22797.10	108.56	109.00	0.44	92.90	
TOTAL VENTAS AÑO 2013	5864	100	114.07	255422.00	485008.00	740430.00	157.62	162.66	5.03	17537.08	

FUENTE: Cuadro confeccionado de acuerdo a los anexos del Números 1 al 6 donde nos muestra cantidad adquirida, costo unitario de adquisición, costo adicional a compras, precio unitario de ventas y ventas totales.

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS: Según la Tabla 4 en el año 2013 la Empresa Salazar Gil Danitza Norma ha perdido en sus ventas los siguientes: Compra 810 unidades de celulares ZTE A-30 costo unitario final S/73.53 c/u y vendió a S/69.00 perdiendo por unidad S/4.56 haciendo un total de S/3,691.69 en celular Nokia 1112 compro 437 unidades costo unitario final S118.56 y vendió a S/117.84 c/u perdiendo por unidad S/0.72, haciendo un total de S/313.61. En resumen ha perdido la suma de S/4,005.30 obteniendo solamente una rentabilidad total de S/17,537.08.

Tabla 5: Resumen de costo unitario de compra más gastos adicionales, precio de venta unitaria y rentabilidad unitaria del año 2014

EMPRESA: SALAZAR GIL DANITZA NORMA												
Equipos de Venta	Cant	%	C.Unit	C. Adicional	C.compra	C. Total	C.U. Final	P.V.Unit	Rent. Unit	Rent. Total		
Celular Motorola C-120	910	13.93	30.00	41641.46	27300.00	68941.46	75.76	79.00	3.24	2948.54		
Celular Samsung S-166	630	9.64	55.00	28828.70	34650.00	63478.70	100.76	99.00	-1.76	-1108.70		
Celular Samsung S-266	267	4.09	115.00	12217.88	30705.00	42922.88	160.76	169.00	8.24	2200.12		
Celular ZTE A-30	749	11.46	30.00	34274.13	22470.00	56744.13	75.76	69.00	-6.76	-5063.13		
Celular Nokia Lumia 530	420	6.43	105.00	19219.14	44100.00	63319.14	150.76	149.02	-1.74	-730.74		
Celular ZTE A-50	322	4.93	75.00	14734.67	24150.00	38884.67	120.76	159.00	38.24	12313.33		
Celular LG 160	820	12.55	55.00	37523.07	45100.00	82623.07	100.76	99.00	-1.76	-1443.07		
Celular IMEI Sony Xperia MI	140	2.14	245.00	6406.38	34300.00	40706.38	290.76	299.00	8.24	1153.62		
Celular Sony Ericsson K-310	87	1.33	210.00	3981.11	18270.00	22251.11	255.76	259.00	3.24	281.89		
Celular Nokia 1208	579	8.86	85.00	26494.95	49215.00	75709.95	130.76	139.00	8.24	4771.05		
Celular Nokia Lumia 630	320	4.90	225.00	14643.15	72000.00	86643.15	270.76	279.00	8.24	2636.85		
Celular Samsung Galaxy Ace 4	278	4.25	85.00	12721.24	23630.00	36351.24	130.76	135.00	4.24	1178.76		
Celular Nokia 1112	540	8.26	64.00	24710.32	34560.00	59270.32	109.76	117.84	8.08	4363.28		
Celular Samsung Galaxy Grand II	220	3.37	230.00	10067.17	50600.00	60667.17	275.76	279.00	3.24	712.83		
Celular Alcatel U2	253	3.87	65.00	11577.24	16445.00	28022.24	110.76	109.00	-1.76	-445.24		
TOTAL VENTAS AÑO 2014	6535	100	111.60	299040.60	527495.00	826535.60	157.36	162.66	5.30	23769.40		

FUENTE: Cuadro confeccionado de acuerdo a los anexos del Números 1 al 6 donde nos muestra cantidad adquirida, costo unitario de adquisición, costo adicional a compras, precio unitario de ventas y ventas totales.

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS: Según la Tabla 5 en el año 2014; Compra 630, 749, 720, 820, y 253 unidades de celulares: Samsung S-266, ZTE A-30, Nokia Lumia 530, LG 160 y Alcatel U2 respectivamente, con un costo unitario final S/100.76, S/75.76, S/150.76, S/100.76 y S/ 110.76 c/u y; vendió c/u a S/99.00, S/149.02, S/99.00, y S/109.00 perdiendo por unidad S/1.76, S/6.76, S/1.74, S/1.76, y S/1.76, respectivamente haciendo un total de pérdida S/8790.88. En resumen ha perdido la suma de S/8,790.88, obteniendo solamente una rentabilidad total de S/23,769.40.

Tabla 6: Resumen de costo unitario de compra más gastos adicionales, precio de venta unitario y rentabilidad unitaria del año 2013

Equipos de Venta	EMPRESA: MBD MOVILES E.I.R.L.									
	Cant	%	C.Unit	C. Adicional	C.compra	C. Total	C.U. Final	P.V.Unit	Rent. Unit	Rent. Total
Celular Motorola C-120	510	10.28	30.00	22898.11	15300.00	38198.11	74.90	79.00	4.10	2091.89
Celular Samsung S-166	420	8.46	55.00	18857.26	23100.00	41957.26	99.90	99.00	-0.90	-377.26
Celular Samsung S-266	246	4.96	125.00	11044.97	30750.00	41794.97	169.90	169.00	-0.90	-220.97
Celular ZTE A-30	610	12.29	30.00	27387.93	18300.00	45687.93	74.90	69.00	-5.90	-3597.93
Celular Nokia Lumia 530	380	7.66	105.00	17061.33	39900.00	56961.33	149.90	149.00	-0.90	-341.33
Celular ZTE A-50	285	5.74	85.00	12796.00	24225.00	37021.00	129.90	159.00	29.10	8294.00
Celular LG 160	614	12.37	55.00	27567.52	33770.00	61337.52	99.90	99.00	-0.90	-551.52
Celular IMEI Sony Xperia M1	77	1.55	245.00	3457.17	18865.00	22322.17	289.90	299.00	9.10	700.83
Celular Sony Ericsson K-310	54	1.09	205.00	2424.51	11070.00	13494.51	249.90	259.00	9.10	491.49
Celular Nokia 1208	412	8.30	95.00	18498.08	39140.00	57638.08	139.90	139.00	-0.90	-370.08
Celular Nokia Lumia 630	210	4.23	225.00	9428.63	47250.00	56678.63	269.90	279.00	9.10	1911.37
Celular Samsung Galaxy Ace 4	200	4.03	91.00	8979.65	18200.00	27179.65	135.90	135.00	-0.90	-179.65
Celular Nokia 1112	395	7.96	75.00	17734.81	29625.00	47359.81	119.90	117.84	-2.06	-813.01
Celular Samsung Galaxy Grand II	255	5.14	225.00	11449.05	57375.00	68824.05	269.90	279.00	9.10	2320.95
Celular Alcatel U2	295	5.94	65.00	13244.98	19175.00	32419.98	109.90	109.00	-0.90	-264.98
TOTAL VENTAS AÑO 2013	4963	100	114.07	222830.00	426045.00	648875.00	158.96	162.66	3.69	9093.80

FUENTE: Cuadro confeccionado de acuerdo a los anexos del Números 1 al 6 donde nos muestra cantidad adquirida, costo unitario de adquisición, costo adicional a compras, precio unitario de ventas y ventas totales.

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS: Según la Tabla 6, Compra 420, 246, 610, 380, 614, 412, 200 y 295 unidades de equipo Samsung S-166, Samsung S-266, ZTE A-30, Nokia Lumia 530, LG 160, Nokia 1208, Samsung Galaxy Ace 4 y Alcatel U2, con un costo unitario final S/99.00, S/169.90, S/74.90, S/149.90 S/ 99.90, S/139.90, S/135.90, y S/109.90 c/u y vendió c/u a S/99.00, S/169.00, S/69.00, S/149.00, S/99.00, S/139.00, 135.00 y S/109.00 perdiendo por unidad S/0.90, S/0.90, S/5.90, S/0.90, S/0.90, S/2.06 y S/0.90, respectivamente. En resumen ha perdido la suma de S/6,537.08, obteniendo solamente una rentabilidad total de S/9,093.80.

Tabla 7: Resumen de costo unitario de compra más gastos adicionales, precio de venta unitario y rentabilidad unitaria del año 2014

EMPRESA: MBD MOVILES E.I.R.L.											
Equipos de Venta	Cant	%	C.Unit	C. Adicional	C.compra	C. Total	C.U. Final	P.V.Unit	Rent. Unit	Rent. Total	
Celular Motorola C-120	350	13.59	30.00	14202.48	10500.00	24702.48	70.58	79.00	8.42	2947.52	
Celular Samsung S-166	220	8.54	55.00	8927.27	12100.00	21027.27	95.58	99.00	3.42	752.73	
Celular Samsung S-266	195	7.57	115.00	7912.81	22425.00	30337.81	155.58	169.00	13.42	2617.19	
Celular ZTE A-30	132	5.13	30.00	5356.36	3960.00	9316.36	70.58	69.00	-1.58	-208.36	
Celular Nokia Lumia 530	210	8.16	105.00	8521.49	22050.00	30571.49	145.58	149.02	3.44	722.71	
Celular ZTE A-50	190	7.38	75.00	7709.92	14250.00	21959.92	115.58	159.00	43.42	8250.08	
Celular LG 160	127	4.93	55.00	5153.47	6985.00	12138.47	95.58	99.00	3.42	434.53	
Celular IMEI Sony Xperia M1	123	4.78	245.00	4991.16	30135.00	35126.16	285.58	299.00	13.42	1650.84	
Celular Sony Ericsson K-310	44	1.71	210.00	1785.45	9240.00	11025.45	250.58	259.00	8.42	370.55	
Celular Nokia 1208	163	6.33	85.00	6614.30	13855.00	20469.30	125.58	139.00	13.42	2187.70	
Celular Nokia Lumia 630	198	7.69	225.00	8034.55	44550.00	52584.55	265.58	279.00	13.42	2657.45	
Celular Samsung Galaxy Ace 4	112	4.35	85.00	4544.79	9520.00	14064.79	125.58	135.00	9.42	1055.21	
Celular Nokia 1112	245	9.51	64.00	9941.74	15680.00	25621.74	104.58	117.58	13.00	3185.36	
Celular Samsung Galaxy Grand II	140	5.44	230.00	5680.99	32200.00	37880.99	270.58	279.00	8.42	1179.01	
Celular Alcatel U2	126	4.89	65.00	5112.89	8190.00	13302.89	105.58	109.00	3.42	431.11	
TOTAL VENTAS AÑO 2014	2575	100	111.60	104489.69	255640.00	360129.69	152.18	162.64	10.46	28233.61	

FUENTE: Cuadro confeccionado de acuerdo a los anexos del Números 1 al 6 donde nos muestra cantidad adquirida, costo unitario de adquisición, costo adicional a compras, precio unitario de ventas y ventas totales.

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS: Según la Tabla 7 en el año 2014; Compra 132 unidades de celulares: ZTE A-30, con un costo unitario final S/70.58 y vendió c/u a S/69.00, perdiendo por unidad S/1.58. En resumen ha perdido la suma de S/208.36, obteniendo solamente una rentabilidad total de S/28,233.61.

Tabla 8: Resumen de costo unitario de compra más gastos adicionales, precio de venta unitario y rentabilidad unitario del año 2013

EMPRESA: TECHNO COMUNICACIONES E.I.R.L.											
Equipos de Venta	Cant	%	C.Unit	C. Adicional	C.compra	C. Total	C.U. Final	P.V.Unit	Rent. Unit	Rent. Total	
Celular Motorola C-120	550	12.78	30.00	19020.95	16500.00	35520.95	64.58	79.00	14.42	7929.05	
Celular Samsung S-166	420	9.76	55.00	14525.09	23100.00	37625.09	89.58	99.00	9.42	3954.91	
Celular Samsung S-266	215	5.00	125.00	7435.46	26875.00	34310.46	159.58	169.00	9.42	2024.54	
Celular ZTE A-30	308	7.16	30.00	10651.73	9240.00	19891.73	64.58	69.00	4.42	1360.27	
Celular Nokia Lumia 530	289	6.72	105.00	9994.64	30345.00	40339.64	139.58	149.00	9.42	2721.36	
Celular ZTE A-50	450	10.46	85.00	15562.60	38250.00	53812.60	119.58	159.00	39.42	17737.40	
Celular LG 160	390	9.06	55.00	13487.58	21450.00	34937.58	89.58	99.00	9.42	3672.42	
Celular IMEI Sony Xperia M1	250	5.81	245.00	8645.89	61250.00	69895.89	279.58	299.00	19.42	4854.11	
Celular Sony Ericsson K-310	95	2.21	205.00	3285.44	19475.00	22760.44	239.58	259.00	19.42	1844.56	
Celular Nokia 1208	225	5.23	95.00	7781.30	21375.00	29156.30	129.58	139.00	9.42	2118.70	
Celular Nokia Lumia 630	357	8.30	225.00	12346.33	80325.00	92671.33	259.58	279.00	19.42	6931.67	
Celular Samsung Galaxy Ace 4	222	5.16	91.00	7677.55	20202.00	27879.55	125.58	135.00	9.42	2090.45	
Celular Nokia 1112	212	4.93	75.00	7331.71	15900.00	23231.71	109.58	117.83	8.25	1748.25	
Celular Samsung Galaxy Grand II	230	5.35	225.00	7954.22	51750.00	59704.22	259.58	279.00	19.42	4465.78	
Celular Alcatel U2	90	2.09	65.00	3112.52	5850.00	8962.52	99.58	109.00	9.42	847.48	
TOTAL VENTAS AÑO 2013	4303	100	114.07	148813.00	441887.00	590700.00	148.65	162.66	14.01	64300.96	

FUENTE Cuadro confeccionado de acuerdo a los anexos del Número 1 al 6 donde nos muestra cantidad adquirida, costo unitario de adquisición, costo adicional a compras, precio unitario de ventas y ventas totales.

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS: Según la Tabla 8 la empresa Techno Comunicaciones E.I.R.L. en los dos años 2013 - 2014 ver Tablas 8 y 9 tanto en las compras como en las ventas no ha perdido nada debido a su buena administración en la gestión de compras y ventas obteniendo una utilidad de S/64,300.96, para el año 2013 y S/29,929.47 para el año 2014.

Tabla 9: Resumen de costo unitario de compra más gastos adicionales, precio de venta unitario y rentabilidad unitario del año 2014

EMPRESA: TECHNO COMUNICACIONES E.I.R.L.												
Equipos de Venta	Cant	%	C.Unit	C. Adicional	C.compra	C. Total	C.U. Final	P.V.Unit	Rent. Unit	Rent. Unit	Rent. Total	
Celular Motorola C-120	470	15.51	30.00	17722.41	14100.00	31822.41	67.71	79.00	11.29	5307.59		
Celular Samsung S-166	350	11.55	55.00	13197.54	19250.00	32447.54	92.71	99.00	6.29	2202.46		
Celular Samsung S-266	212	7.00	125.00	7993.94	26500.00	34493.94	162.71	169.00	6.29	1334.06		
Celular ZTE A-30	405	13.37	30.00	15271.44	12150.00	27421.44	67.71	69.00	1.29	523.56		
Celular Nokia Lumia 530	187	6.17	105.00	7051.26	19635.00	26686.26	142.71	149.00	6.29	1176.74		
Celular ZTE A-50	211	6.96	85.00	7956.23	17935.00	25891.23	122.71	159.00	36.29	7657.77		
Celular LG 160	220	7.26	55.00	8295.60	12100.00	20395.60	92.71	99.00	6.29	1384.40		
Celular IMEI Sony Xperia MI	135	4.46	245.00	5090.48	33075.00	38165.48	282.71	299.00	16.29	2199.52		
Celular Sony Ericsson K-310	55	1.82	205.00	2073.90	11275.00	13348.90	242.71	259.00	16.29	896.10		
Celular Nokia 1208	125	4.13	95.00	4713.41	11875.00	16588.41	132.71	139.00	6.29	786.59		
Celular Nokia Lumia 630	123	4.06	225.00	4637.99	27675.00	32312.99	262.71	279.00	16.29	2004.01		
Celular Samsung Galaxy Ace 4	122	4.03	91.00	4600.29	11102.00	15702.29	128.71	135.00	6.29	767.71		
Celular Nokia 1112	187	6.17	75.00	7051.26	14025.00	21076.26	112.71	117.81	5.10	954.21		
Celular Samsung Galaxy Grand II	130	4.29	225.00	4901.94	29250.00	34151.94	262.71	279.00	16.29	2118.06		
Celular Alcatel U2	98	3.23	65.00	3695.31	6370.00	10065.31	102.71	109.00	6.29	616.69		
TOTAL VENTAS AÑO 2014	3030	100	114.07	114253.00	266317.00	380570.00	151.77	162.65	10.88	29929.47		

FUENTE Cuadro confeccionado de acuerdo a los anexos del Números 1 al 6 donde nos muestra cantidad adquirida, costo unitario de adquisición, costo adicional a compras, precio unitario de ventas y ventas totales.

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS: Según la Tabla 9 la empresa Techno Comunicaciones E.I.R.L. en los dos años 2013 - 2014 ver Tablas 8 y 9 tanto en las compras como en las ventas no ha perdido nada debido a su buena administración en la gestión de compras y ventas obteniendo una utilidad de S/64,300.96, para el año 2013 y S/29,929.47 para el año 2014.

Tabla 10: Resumen de costos de adquisición unitario y total

EMPRESAS	CANTIDAD Y COSTOS AÑO 2013				
	Cant.	C. Adquis	C. Agreg	C. Total	C. Unit.
Salazar Gil Danitza Norma	5864	485008.00	255422.00	740430.00	126.27
MBD Móviles E.I.R.L.	4963	426045.00	222830.00	648875.00	130.74
Techno Comunicaciones E.I.R.L.	4303	441887.00	148813.00	590700.00	137.28
TOTALES	15130	1352940.00	627065.00	1980005.00	

EMPRESAS	CANTIDAD Y COSTOS AÑO 2014				
	Cant.	C. Adquis	C. Agreg	C. Total	C. Unit.
Salazar Gil Danitza Norma	6535	527495.00	299040.60	826535.60	126.48
MBD Móviles E.I.R.L.	2575	255640.00	104489.69	360129.69	139.86
Techno Comunicaciones E.I.R.L.	3030	266317.00	114253.00	380570.00	125.60
TOTALES	12140	1049452.00	517783.29	1567235.29	

FUENTE: Confeccionado de acuerdo a los resúmenes de las Tablas 4 al 9

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS: En la Tabla 10 se detalla de manera resumida los costos de adquisición unitario y total de cada una de las empresas de los períodos 2013 y 2014, se explica de la siguiente manera

RESUMEN FINAL DEL COSTO UNITARIO POR PRODUCTO

De acuerdo a las Tablas números 4 al 9 se demuestra, el resumen de las compras en unidades y valores, los costos unitarios y los costos unitarios de ventas y la rentabilidad de cada grupo de equipos de celulares comprados y vendidos lo siguiente: en el año 2013 la Empresa Salazar Gil Danitza Norma ha perdido en sus ventas los siguientes: Compra 810 unidades de celulares ZTE A-30 costo unitario final S/73.53 c/u y vendió a S/69.00 perdiendo por unidad S/4.56 haciendo un total de S/3,691.69 en celular Nokia 1112 compro 437 unidades costo unitario final S118.56 y vendió a S/117.84 c/u perdiendo por unidad S/0.72, haciendo un total de S/313.61. En resumen ha perdido la suma de S/4,005.30 obteniendo solamente una rentabilidad total de S/17,537.08. En el año 2014 ver cuadro N° 5; Compra 630, 749, 720, 820, y 253 unidades de celulares: Samsung S-266, ZTE A-30, Nokia Lumia 530, LG 160 y Alcatel U2 respectivamente, con un costo unitario final S/100.76, S/75.76, S/150.76, S/100.76 y S/ 110.76 c/u y; vendió c/u a S/99.00, S/69.00, S/149.02, S/99.00, y S/109.00 perdiendo por unidad S/1.76, S/6.76,

S/1.74, S/1,76, y S/1.76, respectivamente haciendo un total de perdida S/8790.88. En resumen ha perdido la suma de S/8,790.88, obteniendo solamente una rentabilidad total de S/23,769.40.

La empresa MBD Móviles E.I.R.L. en el año 2013 ver cuadro N° 6; Compra 420, 246, 610, 380, 614, 412, 200 y 295 unidades de equipo Samsung S-166, Samsung S-266, ZTE A-30, Nokia Lumia 530, LG 160, Nokia 1208, Samsung Galaxy Ace 4 y Alcatel U2, con un costo unitario final S/99.00, S/169.90, S/74.90, S/149.90 S/ 99.90, S/139.90, S/135.90, y S/109.90 c/u y vendió c/u a S/99.00, S/169.00, S/69.00, S/149.00, S/99.00, S/139.00, 135.00 y S/109.00 perdiendo por unidad S/0.90, S/0.90, S/5.90, S/0.90, S/0.90, S/0.90, S/2.06 y S/0.90, respectivamente. En resumen ha perdido la suma de S/6,537.08, obteniendo solamente una rentabilidad total de S/9,093.80. En el año 2014 ver cuadro N°7; Compra 132 unidades de celulares: ZTE A-30, con un costo unitario final S/70.58 y vendió c/u a S/69.00, perdiendo por unidad S/1.58. En resumen ha perdido la suma de S/208.36, obteniendo solamente una rentabilidad total de S/28,233.61.

La empresa Techno Comunicaciones E.I.R.L. en los dos años 2013 - 2014 ver cuadro N° 8 Y 9 tanto en las compras como en las ventas no ha perdido nada debido a su buena administración en la gestión de compras y ventas obteniendo una utilidad de S/64,300.96, para el año 2013 y S/29,929.47 para el año 2014.

Contrastación de la primera hipótesis específica, Siendo su hipótesis:

“Las empresas dedicadas a la venta de celulares no disponen de un adecuado costos de distribución por lo tanto influyen negativamente en su rentabilidad. Por lo tanto su grado de rentabilidad financiera y económica es insuficiente al punto de perder sus capitales”.

Con la aplicación de un eficiente sistema de aplicación de costos a su realidad, estas empresas se encuentran con posibilidades de obtener una rentabilidad suficiente y recuperar sus capitales invertidos a corto plazo.

De acuerdo a los análisis de manejo de sistema de costos de Comercialización, de productos y aplicación de una buena política de ventas podemos indicar que de los resultados obtenidos nos muestra, efectivamente que los costos representan un instrumento eficiente de control, para una buena toma de decisiones, ya que si no aplican un sistema de costos adecuados a la actividad de venta de productos celulares estas empresas caerían a una pérdida por no aplicar un eficiente sistema de costos reales que son instrumentos necesarios para la buena toma de decisiones de acuerdo a las Tablas del número 4 al número 9. Por lo tanto esta Hipótesis es aceptada.

4.1.2. OBJETIVO ESPECÍFICO 2

Determinar el nivel de rentabilidad que se obtiene después del valor agregado de las empresas dedicadas a la venta de productos celulares en la ciudad de Juliaca año 2013-2014.

El segundo objetivo específico del presente trabajo de investigación es demostrar que las empresas dedicadas a la venta de productos de comunicaciones celulares no evalúan su sistema de rentabilidad de sus inversiones de capital a través de los Estados Financieros que obtienen cada fin de año con la finalidad de determinar su capacidad financiera, para la toma de decisiones.

El resultado del análisis e interpretación de los Estados Financieros, muestra la capacidad financiera, su rentabilidad de estas empresas, como instrumentos de evaluación llamados Estado de Situación Financiera y Estado de Resultados.

RENTABILIDAD. Para determinar la Rentabilidad en la prestación de servicio de venta de aparatos de comunicaciones celulares se hace la relación y comparación de ventas totales con los costos totales, para determinar la rentabilidad, se obtiene por medio de la siguiente fórmula:

$$\text{Rentabilidad} = \frac{\text{Utilidad}}{\text{Ventas Totales}} \times 100$$

Dónde:

R = Rentabilidad

C.T. = Costos Totales

V.T. = Ventas Totales

$$\text{Rentabilidad} = \frac{\text{Utilidad}}{\text{Ventas Totales}} \times 100\%$$

1.- EMPRESA: SALAZAR GIL DANITZA NORMA

a. RENTABILIDAD GENERAL:

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

$$\text{Para el Año de 2013} = \frac{16,032.00}{29,716.00} = 53.95\%$$

$$\text{Para el Año de 2014} = \frac{10,397.00}{33,306.00} = 31.22\%$$

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS: La empresa Salazar Gil Danitza Norma una rentabilidad general de 53.95% en el año 2013 y de 31.22% en el año 2014.

b. RENTABILIDAD DE LAS VENTAS:

La fórmula a usar es.

$$\begin{aligned} & \text{Utilidad Neta} \\ & = \frac{\text{-----}}{\text{Ventas Netas}} \times 100\% \\ \\ & \text{Para el Año de 2013} = \frac{16,032.00}{757,968.00} = 2.12\% \\ \\ & \text{Para el Año de 2014} = \frac{10,397.00}{850,306.00} = 1.22\% \end{aligned}$$

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS: La Empresa Salazar Gil Danitza Norma, obtiene una rentabilidad de ventas de 2.12 % en el año 2013 y de 1.22% en al año 2014.

c. RENTABILIDAD DEL PATRIMONIO:

La fórmula a usar es.

$$\begin{aligned} & \text{Utilidad Neta} \\ & = \frac{\text{-----}}{\text{Patrimonio Neto}} \times 100\% \\ \\ & \text{Para el Año de 2013} = \frac{16,032.00}{27,707.00} = 57.86\% \\ \\ & \text{Para el Año de 2014} = \frac{10,397.00}{31,298.00} = 33.22\% \end{aligned}$$

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS: La Empresa Salazar Gil Danitza Norma, obtiene una rentabilidad de patrimonio de 57.86 % en el año 2013 y de 33.22% en al año 2014.

d. RENTABILIDAD DEL ACTIVO TOTAL:

$$\begin{aligned} & \text{Ingresos Totales} \\ & = \frac{\text{-----}}{\text{Activo Total}} \times 100\% \\ \\ & \text{Para el Año de 2013} = \frac{757,968.00}{29,716.00} = 2550.71\% \end{aligned}$$

$$\text{Para el Año de 2014} = \frac{850,306.00}{33,306.00} = 2553.01\%$$

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS: La Empresa Salazar Gil Danitza Norma, obtiene una rentabilidad de activo total de 2550.71% en el año 2013 y de 2553.01% en el año 2014.

2.- EMPRESA MBD MÓVILES E.I.R.L.

a. RENTABILIDAD GENERAL:

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

$$\text{Para el Año de 2013} = \frac{7,030.00}{984,861.00} = 0.71\%$$

$$\text{Para el Año de 2014} = \frac{4,903.00}{1000,624.00} = 0.49\%$$

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS: La empresa MBD Móviles E.I.R.L. Obtiene una rentabilidad general de 0.71% en el año 2013 y de 0.49% en el año 2014.

b. RENTABILIDAD DE LAS VENTAS:

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

$$\text{Para el Año de 2013} = \frac{7,030.00}{657,968.00} = 1.07\%$$

$$\text{Para el Año de 2014} = \frac{4,903.00}{388,363.00} = 1.26\%$$

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS: La empresa MBD Móviles E.I.R.L. Obtiene una rentabilidad de ventas de 1.07% en el año 2013 y de 1.26% en el año 2014.

c. RENTABILIDAD DEL PATRIMONIO:

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

$$\text{Para el Año de 2013} = \frac{7,030.00}{12,752.00} = 55.13\%$$

$$\text{Para el Año de 2014} = \frac{4,903.00}{10,624.00} = 46.15\%$$

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS: La empresa MBD Móviles E.I.R.L. Obtiene una rentabilidad de patrimonio de 55.13% en el año 2013 y de 46.15% en al año 2014.

d. RENTABILIDAD DEL ACTIVO TOTAL:

$$\frac{\text{Ingresos Totales}}{\text{Activo Total}} \times 100\%$$

$$\text{Para el Año de 2013} = \frac{657,968.00}{984,861.00} = 66.80\%$$

$$\text{Para el Año de 2014} = \frac{388,363.00}{1,000,624.00} = 38.81\%$$

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS: La empresa MBD Móviles E.I.R.L. Obtiene una rentabilidad de activo total de 66.80% en el año 2013 y de 38.81% en al año 2014.

3.- EMPRESA TECHNO COMUNICACIONES E.I.R.L.**a. RENTABILIDAD GENERAL:**

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

$$\text{Para el Año de 2013} = \frac{15,960.00}{772,900.00} = 2.06\%$$

$$\text{Para el Año de 2014} = \frac{6,664.00}{785,810.00} = 0.85\%$$

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS: La empresa Techno Comunicaciones E.I.R.L.

Obtiene una rentabilidad general de 2.06% en el año 2013 y de 0.85% en al año 2014.

b. RENTABILIDAD DE LAS VENTAS:

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

$$\text{Para el Año de 2013} = \frac{15,960.00}{655,000.00} = 2.44\%$$

$$\text{Para el Año de 2014} = \frac{6,664.00}{410,500.00} = 1.62\%$$

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS: La empresa Techno Comunicaciones E.I.R.L.

Obtiene una rentabilidad de ventas de 2.44% en el año 2013 y de 1.62% en al año 2014.

c. RENTABILIDAD DEL PATRIMONIO:

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

$$\text{Para el Año de 2013} = \frac{15,960.00}{21,510.00} = 74.20\%$$

$$\text{Para el Año de 2014} = \frac{6,664.00}{28,174.00} = 23.65\%$$

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS: La Techno Comunicaciones E.I.R.L. Obtiene una

rentabilidad de patrimonio de 74.20% en el año 2013 y de 23.65% en al año 2014

d. RENTABILIDAD DEL ACTIVO TOTAL:

$$= \frac{\text{Ingresos Totales}}{\text{Activo Total}} \times 100\%$$

$$\text{Para el Año de 2013} = \frac{655,000.00}{772,900.00} = 84.75\%$$

$$\text{Para el Año de 2014} = \frac{410,500.00}{785,810.00} = 52.24\%$$

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS: La empresa Techno Comunicaciones E.I.R.L. Obtiene una rentabilidad activo total de 84.75% en el año 2013 y de 52.24% en el año 2014.

Tabla 11: Resumen de rentabilidad de las empresas

RATIOS FINANCIEROS	Salazar Gil Danitza Norma.		MBD Móviles EIRL.		Techno Comunicaciones EIRL.		TOTALES
	2013	2014	2013	2014	2013	2014	
RENTABILIDADES							
Rentabilidad General	53.95	31.22	0.71	0.49	2.06	0.85	14.88
Rentabilidad de Ventas	2.12	1.22	1.07	1.26	2.44	1.62	1.62
Rentabilidad del Patrimonio	57.86	33.22	55.13	46.15	74.2	23.65	48.37
Rentabilidad del Activo total	2550.71	2553.01	66.8	38.81	84.75	52.24	891.05
PROMEDIO TOTAL	666.16	654.67	30.93	21.68	40.86	19.59	238.98

FUENTE: Resumen de los resultados de los cuadros de análisis de los ratios financieros de cada empresa.

Según la Tabla 11, la rentabilidad que se obtiene en la comercialización de productos de comunicaciones denominados celulares en la ciudad de Juliaca, proviene de las combinaciones de análisis en la aplicación de los ratios financieros de las cuentas, tales como: ventas totales, costos totales y utilidad neta obtenida, fórmulas de análisis de los estados financieros aplicadas a cada empresa, cuyos resultados han sido los siguientes:

LOS RESULTADOS DE LA RENTABILIDAD GENERAL ES COMO SIGUE:

La Empresa Salazar Gil Danitza Norma, obtiene una rentabilidad general de 53.95% en el año 2013 y de 31.22% en el año 2014. La empresa MBD Móviles E.I.R.L. Obtiene una rentabilidad general de 0.71% en el año 2013 y de 0.49% en el año 2014. La empresa

Techno Comunicaciones E.I.R.L. Obtiene una rentabilidad general de 2.06% en el año 2013 y de 0.85% en al año 2014.

LOS RESULTADOS DE LA RENTABILIDAD DE VENTAS ES COMO SIGUE:

La Empresa Salazar Gil Danitza Norma., obtiene una rentabilidad de ventas de 2.12 % en el año 2013 y de 1.22% en al año 2014. La empresa MBD Móviles E.I.R.L. Obtiene una rentabilidad de ventas de 1.07% en el año 2013 y de 1.26% en al año 2014. La empresa Techno Comunicaciones E.I.R.L. Obtiene una rentabilidad de ventas de 2.44% en el año 2013 y de 1.62% en al año 2014.

LOS RESULTADOS DE LA RENTABILIDAD DE PATRIMONIO SON COMO SIGUE:

La Empresa Salazar Gil Danitza Norma, obtiene una rentabilidad de patrimonio de 57.86 % en el año 2013 y de 33.22% en al año 2014. La empresa MBD Móviles E.I.R.L. Obtiene una rentabilidad de patrimonio de 55.13% en el año 2013 y de 46.15% en al año 2014. La Techno Comunicaciones E.I.R.L. Obtiene una rentabilidad de patrimonio de 74.20% en el año 2013 y de 23.65% en el año 2014.

LOS RESULTADOS DE LA RENTABILIDAD DE ACTIVO TOTAL ES COMO SIGUE:

La Empresa Salazar Gil Danitza Norma, obtiene una rentabilidad de activo total de 2550.71 % en el año 2013 y de 2553.01% en al año 2014. La empresa MBD Móviles E.I.R.L. Obtiene una rentabilidad de activo total de 66.80% en el año 2013 y de 38.81% en al año 2014. La empresa Techno Comunicaciones E.I.R.L. Obtiene una rentabilidad activo total de 84.75% en el año 2013 y de 52.24% en al año 2014.

En resumen, Las Rentabilidades de las empresas disminuyeron o no aumentaron: Así como la rentabilidad General, para la empresa Salazar Gil Danitza Norma en el año 2013 era 53.95% bajo en el año 2014 a 31.22%, Rentabilidad de Ventas de 2.12% a 1.22%, Rentabilidad Patrimonial de 57.86% 33.22%, Rentabilidad del Activo total en el año 2013 era 2550.71% aumento a 2553.01% para el año de 2014. Para la empresa MBD Móviles E.I.R.L. la rentabilidad general en el año 2013 era 0.71% bajo en el año 2014 a 0.49%, Rentabilidad de Ventas de 1.07% a 1.26%, Rentabilidad Patrimonial de 55.13% a 46.15%, Rentabilidad del Activo total en el año 2013 era 66.80% bajo a 38.81% para el año de 2014. Empresa Techno Comunicaciones E.I.R.L. la rentabilidad en el año 2013 era 2.06% bajo para el año 2014 a 0.85%, Rentabilidad de Ventas de 2.44% a 1.62%, Rentabilidad Patrimonial de 74.20% bajo a 23.65%, Rentabilidad del Activo total en el año 2013 era 84.75% aumento a 52.24% para el año de 2014.

4.1.3. CONTRASTACIÓN DE LA HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN

CONTRASTACIÓN DE LA HIPÓTESIS ESPECÍFICA 1:

“Las empresas dedicadas a la venta de celulares no disponen de un adecuado costos de distribución por lo tanto influyen negativamente en su rentabilidad. Por lo tanto su grado de rentabilidad financiera y económica es insuficiente al punto de perder sus capitales”.

Con la aplicación de un eficiente sistema de aplicación de costos a su realidad, estas empresas se encuentran con posibilidades de obtener una rentabilidad suficiente y recuperar sus capitales invertidos a corto plazo. De acuerdo a los análisis de manejo de sistema de costos de Comercialización, de productos y aplicación de una buena política de ventas podemos indicar que de los resultados obtenidos nos muestra, efectivamente que los costos representan un instrumento eficiente de control, para la toma de decisiones. Por lo tanto esta Hipótesis si es válida.

CONTRASTACIÓN DE LA HIPÓTESIS ESPECÍFICA 2:

“El nivel de rentabilidad en las empresas dedicadas a la venta de celulares de la ciudad de Juliaca es bajo, por lo tanto incide negativamente al desarrollo de las empresas”.

Visto los resultados de rentabilidad de las empresas estudiadas podemos mencionar que estas empresas si pueden recuperar sus inversiones a corto y mediano plazo, sus costos de valor agregado, también pueden soportar incrementos tanto en fletes y otros, gastos indirectos, en la comercialización de artefactos denominados celulares, es necesario que se estructuren la parte Administrativa y Organización de estas empresas, por lo tanto se determina que estas empresas requieren ser estructuradas sus costos de valor agregado en forma clara para cada producto trabajado con costos presupuestados para su funcionamiento. Los resultados obtenidos con referencia a la rentabilidad de las empresas en estudio, podemos afirmar que estas empresas si recuperarán sus capitales invertidos a corto plazo y mediano plazo por tener una rentabilidad satisfactoria. Por lo tanto la hipótesis formulada, si cumple y es válida.

CONTRASTACIÓN DE LA HIPÓTESIS GENERAL:

“Las empresas dedicadas a la venta de celulares no disponen de un adecuado costos de distribución por lo tanto influyen negativamente en su rentabilidad. Por lo tanto su grado de rentabilidad financiera y económica es insuficiente al punto de perder sus capitales”.

Dado que la contrastación de las Hipótesis específicas se han validado que paulatinamente a falta de la implementación y aplicación de un sistema de costos, las 2 primeras empresas estarán apostando a perder sus capitales; y la tercera debe implementar a corto plazo un sistema de costos; y siendo estas un desagregado de la Hipótesis General, podemos concluir que se considera la verificación de la hipótesis General planteada como válida.

4.2. DISCUSIÓN

Como antecedente no se encontró un trabajo netamente enfocado a los costos de distribución y rentabilidad de empresas que se dedican a la comercialización o distribución de celulares en sus diferentes marcas y modelos. Pero si encontramos un trabajo de investigación que se asemeja a la problemática y objetivos de estudio.

En su Tesis titulado “Costos De Comercialización y su Rentabilidad de las Empresas Comerciales de la Ciudad de Juliaca” llega a los resultados como: “Los costos de distribución para las empresas comercializadoras de prendas de vestir es muy similar, sólo varían sus costos operativos en función al volumen de ventas realizadas por las empresas tal como se aprecia en el cuadro No 25 al 26”. El resultado de los costos de comercialización constituye la suma de todos los gastos de comercialización, que forman parte al costo de las mercaderías adquiridas, así podemos indicar que para el año de 1997 la empresa de Yudith Rosario Asqui Mayta tiene un costo promedio de S/. 50.38 por producto, Alejandro Cama de S/. 51.85, y empresa de Ignacio Chambi de S/. 51.77. Para el año de 1998 tenemos el siguiente resultado de S/. 55.49, S/. 57.85 y S/. 56.37 respectivamente. Todos estos resultados obtenidos fueron en función a las encuestas, tabulación de los cuadros, los mismos que han sido llevados a un análisis en la determinación del total del costo de comercialización, con realización de las operaciones matemáticas y métodos de Investigación Inductivo y Deductivo”

De los resultados con otras investigaciones similares, distinguiendo las variables estudiadas o su respectiva relación, destacando algunos aspectos de compatibilidad o discrepancia con los antecedentes y fuentes teóricas citadas en esta investigación cabe mencionarse lo siguiente.

- Los costos de distribución para las empresas comercializadoras de prendas de vestir es muy similar, sólo varían sus costos operativos en función al volumen de ventas realizadas por las empresas. Sin embargo son diferentes los costos distribución de productos celulares ya que los costos indirectos son más elevados.
- El resultado de los costos de comercialización constituye la suma de todos los gastos de comercialización, que forman parte al costo de las mercaderías adquiridas para después tener un costo total por unidades.

CONCLUSIONES

Luego de haber expuesto y analizado los resultados y alcanzado los objetivos y contrastación de hipótesis planteados, se llegó a las siguientes conclusiones:

PRIMERA: Los costos de distribución para las empresas dedicadas a la compra y venta de celulares son muy similar variando sus costos operativos en función al volumen de compras y ventas realizado por las empresas tal como se aprecia en los cuadros N° 4 al N° 9. El resultado de los costos que constituye la suma de precio de lista más otros gastos realizados sobre las compras podemos indicar que para el año de 2013 la empresa Salazar Gil Danitza Norma, tiene un costo promedio de S/126.27 por producto, MBD Móviles E.I.R.L. tiene un costo promedio de S/130.74 y Techno Comunicaciones E.I.R.L. de S/137.28, respectivamente. Para el año 2014, la empresa Salazar Gil Danitza Norma, tiene un costo promedio de S/126.48 por producto, MBD Móviles E.I.R.L. de S/139.86 y la empresa Techno Comunicaciones E.I.R.L. de S/125.60, respectivamente. Todos estos resultados obtenidos fueron en función a las encuestas, tabulación de los cuadros, los mismos que han sido llevados a un análisis en la determinación del total del costo unitario de ventas, con realización de las operaciones matemáticas y métodos de Investigación Inductivo y deductivo.

SEGUNDA: Por la uniformidad de la utilización de sistema de costos, que forman los costos de compras y de ventas en las empresas dedicadas a la venta de productos celulares están reflejados los análisis de los hojas de costos realizadas en el presente trabajo de investigación, también podemos afirmar que estas empresas lo realizan en forma empírica sin ningún estudio analíticos de los costos solo determinan en función a la oferta y demanda de los usuarios y tomando como base el Inventarios Inicial más las compras en el año y el inventario final.

TERCERA: En cuanto a la rentabilidad el resultado de estas empresas estudiadas han arrojado los siguientes promedios:

La empresa Salazar Gil Danitza Norma en el año 2013 la rentabilidad general era 53.95% para el año 2014 bajo a 31.22%, Rentabilidad de Ventas de 2.12% a 1.22%, Rentabilidad Patrimonial de 57.86% a 33.22%, Rentabilidad del Activo total en el año 2013 era 2550.71% aumento a 2553.01% para el año de 2014. Para la empresa MBD Moviles E.I.R.L. la rentabilidad general en el año 2013 era 0.71% para el año 2014 bajo a 0.49%, Rentabilidad de Ventas de 1.07% a 1.26%, Rentabilidad Patrimonial de 55.13% a 46.15%, Rentabilidad del Activo total en el año 2013 era 66.80% bajo a 38.81% para el año de 2014. Empresa Techno Comunicaciones E.I.R.L. la rentabilidad en el año 2013 era 2.06% para el año 2014 bajo a 0.85%, Rentabilidad de Ventas de 2.44% a 1.62%, Rentabilidad Patrimonial de 74.20% bajo a 23.65%, Rentabilidad del Activo total en el año 2013 era 84.75% aumento a 52.24% para el año de 2014. Se puede notar que las rentabilidades están bajando en cada periodo tanto la rentabilidad general, rentabilidad de ventas, rentabilidad patrimonial y la rentabilidad del activo total mostrando así las pérdidas que sufrirían más adelante.

RECOMENDACIONES

PRIMERA: Es una necesidad para estas empresas la aplicación de una combinación de sistema de costos presupuestado y estándar, por ser el más apropiado y acorde a su realidad para estas empresas, con la finalidad de determinar sus costos de compras y de ventas por cuanto que la economía de nuestro país actualmente se encuentra casi estable.

SEGUNDA: Se recomienda a los propietarios de las empresas dedicadas la venta de productos Celulares incrementar mayores inversiones por detener una demanda a mayor crecimiento de la población y mantener sus costos comerciales a costo promedio, manejando una política de ventas competitivas, de esta manera obtener mayores beneficios para la empresa.

TERCERA: Los empresarios a la vez que son administradores de sus propias empresas deben conocer de muy cerca la realidad de su empresa en función al manejo contable económico financiero de esta manera que pueda determinar cuál es su realidad para aplicar la toma de decisiones en función a los resultados reales.

CUARTA: Es necesario para empresas dedicadas a la venta de productos celulares, implementar la mayor cantidad posible celulares de todas las marcas y modelos ya que son libres de realizar en sus locales, con el fin de reducir los costos y gastos indirectos para cada producto.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Adriazen, M. (1975). *"Costos y Punto de Equilibrio"*; Escuela Superior Tecnológica de Administración. LIMA -PERU.
- Adriazen, M. (2002). *Enciclopedia de la Contabilidad - Segunda Edición*. Lima - Perú: Universidad Libre S. A.
- Bueno Soto A. (1997).- "Análisis de los Estados Financieros de cuatro empresas de Puno". Tesis de la Facultad de Ciencias Contables y Administrativas UNA-PUNO PERÚ.
- Bacher, J. (2005).- *"Contabilidad de Costos, un Enfoque Administrativo para la toma de decisiones"*. Segunda Edición. Edición Libros M.C. Grawil México S.A.
- Castillo, M. (2002). *Enciclopedia de la Contabilidad - Segunda Edición*. Lima - Perú: Universidad Libre S. A.
- Cháhuares, E. (1993). *"Preparación del Proyecto Conducción y redacción de Tesis Universitaria"*. Una-Puno Perú.
- Chambergó, I. (2014). *Análisis de Costos y Presupuestos en el Planeamiento Estratégico y Gerencial*. Lima.
- Clemente Maldonado, Wilson (2014). *Determinación del Costo de Producción y Rentabilidad de Industrias de Metal Mecánica*. Juli.
- Díaz Mosto, J. (2003). "Contabilidad de Costos, Manual de Contabilidad y Administración". Editorial Liro Técnica. LIMA PERÚ.
- Giraldo, J. D., (2006). *Contabilidad de Costos a Valores Reales y Valores Predeterminados* (1ra Edición). Lima – Perú.

- Hidalgo, J. (1992). *Contabilidad de costos: Teoría y casos Prácticos*. Lima - Perú: FECCAT.
- Japura, N. (2008). “*Determinación de Costo de Producción para las empresas industriales de Metal Mecánica*”. Ilave.
- Roman, M. (2002). “*Costos De Comercialización y su Rentabilidad de las Empresas Comerciales*”. Juliaca
- Ortega, A. (2008). *Contabilidad de Costos*. México: Limusa.
- Palomino, C. (2013). *Contabilidad de Costos*. Lima
- Torres, G. (2006). *Tratado de Contabilidad de Costos por sectores económicos*. Puno. 1ht. ed. Marketing Consultores SA

ANEXOS

Anexo 1: Resumen de ventas correspondientes al año 2013

EMPRESA SALAZAR GIL DANITZA NORMA			
Celular Motorola C-120	780	79.00	61620.00
Celular Samsung S-166	550	99.00	54450.00
Celular Samsung S-266	327	169.00	55263.00
Celular ZTE A-30	810	69.00	55890.00
Celular Nokia Lumia 530	390	149.00	58110.00
Celular ZTE A-50	300	159.00	47700.00
Celular LG 160	712	99.00	70488.00
Celular IMEI Sony Xperia M1	130	299.00	38870.00
Celular Sony Ericsson K-310	72	259.00	18648.00
Celular Nokia 1208	470	139.00	65330.00
Celular Nokia Lumia 630	220	279.00	61380.00
Celular Samsung Galaxy Ace 4	218	135.00	29430.00
Celular Nokia 1112	437	117.84	51496.08
Celular Samsung Galaxy Grand II	238	279.00	66402.00
Celular Alcatel U2	210	109.00	22890.00
TOTAL VENTAS AÑO 2013	5864		757968.50

FUENTE: Información obtenida del registro de Ventas y kardex de almacén de las empresas tomadas como muestra para el trabajo de Investigación.

RESUMEN DE COMPRAS CORRESPONDIENTE AL AÑO 2013

EMPRESA SALAZAR GIL DANITZA NORMA			
Celular Motorola C-120	780	30.00	23400.00
Celular Samsung S-166	550	55.00	30250.00
Celular Samsung S-266	327	125.00	40875.00
Celular ZTE A-30	810	30.00	24300.00
Celular Nokia Lumia 530	390	105.00	40950.00
Celular ZTE A-50	300	85.00	25500.00
Celular LG 160	712	55.00	39160.00
Celular IMEI Sony Xperia M1	130	245.00	31850.00
Celular Sony Ericsson K-310	72	205.00	14760.00
Celular Nokia 1208	470	95.00	44650.00
Celular Nokia Lumia 630	220	225.00	49500.00
Celular Samsung Galaxy Ace 4	218	91.00	19838.00
Celular Nokia 1112	437	75.00	32775.00
Celular Samsung Galaxy Grand II	238	225.00	53550.00
Celular Alcatel U2	210	65.00	13650.00
TOTAL COMPRAS AÑO 2013	5864		485008.00
Gastos vinculados a las compras			255422.00
TOTAL COSTO DE COMPRAS			740430.00

FUENTE: Información obtenida del registro de compras y kardex de almacén de las empresas tomadas como muestra para el trabajo de Investigación.

Anexo 2: Resumen de ventas correspondientes al año 2014

EMPRESA SALAZAR GIL DANITZA NORMA			
Celular Motorola C-120	910	79.00	71890.00
Celular Samsung S-166	630	99.00	62370.00
Celular Samsung S-266	267	169.00	45123.00
Celular ZTE A-30	749	69.00	51681.00
Celular Nokia Lumia 530	420	149.02	62588.40
Celular ZTE A-50	322	159.00	51198.00
Celular LG 160	820	99.00	81180.00
Celular IMEI Sony Xperia M1	140	299.00	41860.00
Celular Sony Ericsson K-310	87	259.00	22533.00
Celular Nokia 1208	579	139.00	80481.00
Celular Nokia Lumia 630	320	279.00	89280.00
Celular Samsung Galaxy Ace 4	278	135.00	37530.00
Celular Nokia 1112	540	117.84	63633.60
Celular Samsung Galaxy Grand II	220	279.00	61380.00
Celular Alcatel U2	253	109.00	27577.00
TOTAL VENTAS AÑO 2014	6535		850305.88

FUENTE: Información obtenida del registro de Ventas y kardex de almacén de las empresas tomadas como muestra para el trabajo de Investigación

RESUMEN DE COMPRAS CORRESPONDIENTE AL AÑO 2014

EMPRESA SALAZAR GIL DANITZA NORMA			
Celular Motorola C-120	910	30.00	27300.00
Celular Samsung S-166	630	55.00	34650.00
Celular Samsung S-266	267	115.00	30705.00
Celular ZTE A-30	749	30.00	22470.00
Celular Nokia Lumia 530	420	105.00	44100.00
Celular ZTE A-50	322	75.00	24150.00
Celular LG 160	820	55.00	45100.00
Celular IMEI Sony Xperia M1	140	245.00	34300.00
Celular Sony Ericsson K-310	87	210.00	18270.00
Celular Nokia 1208	579	85.00	49215.00
Celular Nokia Lumia 630	320	225.00	72000.00
Celular Samsung Galaxy Ace 4	278	85.00	23630.00
Celular Nokia 1112	540	64.00	34560.00
Celular Samsung Galaxy Grand II	220	230.00	50600.00
Celular Alcatel U2	253	65.00	16445.00
TOTAL COMPRAS AÑO 2014	6535		527495.00
Gastos vinculados a las compras			299040.60
TOTAL COSTO DE COMPRAS			826535.60

FUENTE: Información obtenida del registro de compras y kardex de almacén de las empresas tomadas como muestra para el trabajo de Investigación

Anexo 3: Resumen de ventas correspondiente al año 2013

EMPRESA MBD MOVILES E.I.R.L.			
Celular Motorola C-120	510	79.00	40290.00
Celular Samsung S-166	420	99.00	41580.00
Celular Samsung S-266	246	169.00	41574.00
Celular ZTE A-30	610	69.00	42090.00
Celular Nokia Lumia 530	380	149.00	56620.00
Celular ZTE A-50	285	159.00	45315.00
Celular LG 160	614	99.00	60786.00
Celular IMEI Sony Xperia M1	77	299.00	23023.00
Celular Sony Ericsson K-310	54	259.00	13986.00
Celular Nokia 1208	412	139.00	57268.00
Celular Nokia Lumia 630	210	279.00	58590.00
Celular Samsung Galaxy Ace 4	200	135.00	27000.00
Celular Nokia 1112	395	117.84	46546.80
Celular Samsung Galaxy Grand II	255	279.00	71145.00
Celular Alcatel U2	295	109.00	32155.00
TOTAL VENTAS AÑO 2013	4963		657968.50

FUENTE: Información obtenida del registro de Ventas y kardex de almacén de las empresas tomadas como muestra para el trabajo de Investigación.

RESUMEN DE COMPRAS CORRESPONDIENTE AL AÑO 2013

EMPRESA MBD MOVILES E.I.R.L.			
Celular Motorola C-120	510	30.00	15300.00
Celular Samsung S-166	420	55.00	23100.00
Celular Samsung S-266	246	125.00	30750.00
Celular ZTE A-30	610	30.00	18300.00
Celular Nokia Lumia 530	380	105.00	39900.00
Celular ZTE A-50	285	85.00	24225.00
Celular LG 160	614	55.00	33770.00
Celular IMEI Sony Xperia M1	77	245.00	18865.00
Celular Sony Ericsson K-310	54	205.00	11070.00
Celular Nokia 1208	412	95.00	39140.00
Celular Nokia Lumia 630	210	225.00	47250.00
Celular Samsung Galaxy Ace 4	200	91.00	18200.00
Celular Nokia 1112	395	75.00	29625.00
Celular Samsung Galaxy Grand II	255	225.00	57375.00
Celular Alcatel U2	295	65.00	19175.00
TOTAL COMPRAS AÑO 2013	4963		426045.00
Gastos vinculados a las compras			222830.00
TOTAL COSTO DE COMPRAS			648875.00

FUENTE: Información obtenida del registro de compras y kardex de almacén de las empresas tomadas como muestra para el trabajo de Investigación.

Anexo 4: Resumen de ventas correspondientes al año 2014

EMPRESA MBD MOVILES E.I.R.L.			
Celular Motorola C-120	350	79.00	27650.00
Celular Samsung S-166	220	99.00	21780.00
Celular Samsung S-266	195	169.00	32955.00
Celular ZTE A-30	132	69.00	9108.00
Celular Nokia Lumia 530	210	149.02	31294.20
Celular ZTE A-50	190	159.00	30210.00
Celular LG 160	127	99.00	12573.00
Celular IMEI Sony Xperia M1	123	299.00	36777.00
Celular Sony Ericsson K-310	44	259.00	11396.00
Celular Nokia 1208	163	139.00	22657.00
Celular Nokia Lumia 630	198	279.00	55242.00
Celular Samsung Galaxy Ace 4	112	135.00	15120.00
Celular Nokia 1112	245	117.58	28807.10
Celular Samsung Galaxy Grand II	140	279.00	39060.00
Celular Alcatel U2	126	109.00	13734.00
TOTAL VENTAS AÑO 2014	2575		388362.55

FUENTE: Información obtenida del registro de Ventas y kardex de almacén de las empresas tomadas como muestra para el trabajo de Investigación.

RESUMEN DE COMPRAS CORRESPONDIENTE AL AÑO 2014

EMPRESA MBD MOVILES E.I.R.L.			
Celular Motorola C-120	350	30.00	10500.00
Celular Samsung S-166	220	55.00	12100.00
Celular Samsung S-266	195	115.00	22425.00
Celular ZTE A-30	132	30.00	3960.00
Celular Nokia Lumia 530	210	105.00	22050.00
Celular ZTE A-50	190	75.00	14250.00
Celular LG 160	127	55.00	6985.00
Celular IMEI Sony Xperia M1	123	245.00	30135.00
Celular Sony Ericsson K-310	44	210.00	9240.00
Celular Nokia 1208	163	85.00	13855.00
Celular Nokia Lumia 630	198	225.00	44550.00
Celular Samsung Galaxy Ace 4	112	85.00	9520.00
Celular Nokia 1112	245	64.00	15680.00
Celular Samsung Galaxy Grand II	140	230.00	32200.00
Celular Alcatel U2	126	65.00	8190.00
TOTAL COMPRAS AÑO 2014	2575		255640.00
Gastos vinculados a las compras			104489.69
TOTAL COSTO DE COMPRAS			360129.69

FUENTE: Información obtenida del registro de compras y kardex de almacén de las empresas tomadas como muestra para el trabajo de Investigación.

Anexo 5: Resumen de ventas correspondientes al año 2013

EMPRESA TECHNO COMUNICACIONES E.I.R.L.			
Celular Motorola C-120	550	79.00	43450.00
Celular Samsung S-166	420	99.00	41580.00
Celular Samsung S-266	215	169.00	36335.00
Celular ZTE A-30	308	69.00	21252.00
Celular Nokia Lumia 530	289	149.00	43061.00
Celular ZTE A-50	450	159.00	71550.00
Celular LG 160	390	99.00	38610.00
Celular IMEI Sony Xperia M1	250	299.00	74750.00
Celular Sony Ericsson K-310	95	259.00	24605.00
Celular Nokia 1208	225	139.00	31275.00
Celular Nokia Lumia 630	357	279.00	99603.00
Celular Samsung Galaxy Ace 4	222	135.00	29970.00
Celular Nokia 1112	212	117.83	24979.96
Celular Samsung Galaxy Grand II	230	279.00	64170.00
Celular Alcatel U2	90	109.00	9810.00
TOTAL VENTAS AÑO 2013	4303		655000.00

FUENTE: Información obtenida del registro de Ventas y kardex de almacén de las empresas tomadas como muestra para el trabajo de Investigación.

RESUMEN DE COMPRAS CORRESPONDIENTE AL AÑO 2013

EMPRESA TECHNO COMUNICACIONES E.I.R.L.			
Celular Motorola C-120	550	30.00	16500.00
Celular Samsung S-166	420	55.00	23100.00
Celular Samsung S-266	215	125.00	26875.00
Celular ZTE A-30	308	30.00	9240.00
Celular Nokia Lumia 530	289	105.00	30345.00
Celular ZTE A-50	450	85.00	38250.00
Celular LG 160	390	55.00	21450.00
Celular IMEI Sony Xperia M1	250	245.00	61250.00
Celular Sony Ericsson K-310	95	205.00	19475.00
Celular Nokia 1208	225	95.00	21375.00
Celular Nokia Lumia 630	357	225.00	80325.00
Celular Samsung Galaxy Ace 4	222	91.00	20202.00
Celular Nokia 1112	212	75.00	15900.00
Celular Samsung Galaxy Grand II	230	225.00	51750.00
Celular Alcatel U2	90	65.00	5850.00
TOTAL COMPRAS AÑO 2013	4303		441887.00
Gastos vinculados a las compras			148813.00
TOTAL COSTO DE COMPRAS			590700.00

FUENTE: Información obtenida del registro de compras y kardex de almacén de las empresas tomadas como muestra para el trabajo de Investigación.

Anexo 6: Resumen de ventas correspondientes al año 2014

EMPRESA TECHNO COMUNICACIONES E.I.R.L.			
Celular Motorola C-120	470	79.00	37130.00
Celular Samsung S-166	350	99.00	34650.00
Celular Samsung S-266	212	169.00	35828.00
Celular ZTE A-30	405	69.00	27945.00
Celular Nokia Lumia 530	187	149.00	27863.00
Celular ZTE A-50	211	159.00	33549.00
Celular LG 160	220	99.00	21780.00
Celular IMEI Sony Xperia M1	135	299.00	40365.00
Celular Sony Ericsson K-310	55	259.00	14245.00
Celular Nokia 1208	125	139.00	17375.00
Celular Nokia Lumia 630	123	279.00	34317.00
Celular Samsung Galaxy Ace 4	122	135.00	16470.00
Celular Nokia 1112	187	117.81	22030.47
Celular Samsung Galaxy Grand II	130	279.00	36270.00
Celular Alcatel U2	98	109.00	10682.00
TOTAL VENTAS AÑO 2014	3030		410500.00

FUENTE: Información obtenida del registro de Ventas y kardex de almacén de las empresas tomadas como muestra para el trabajo de Investigación.

RESUMEN DE COMPRAS CORRESPONDIENTE AL AÑO 2014

EMPRESA TECHNO COMUNICACIONES E.I.R.L.			
Celular Motorola C-120	470	30.00	14100.00
Celular Samsung S-166	350	55.00	19250.00
Celular Samsung S-266	212	125.00	26500.00
Celular ZTE A-30	405	30.00	12150.00
Celular Nokia Lumia 530	187	105.00	19635.00
Celular ZTE A-50	211	85.00	17935.00
Celular LG 160	220	55.00	12100.00
Celular IMEI Sony Xperia M1	135	245.00	33075.00
Celular Sony Ericsson K-310	55	205.00	11275.00
Celular Nokia 1208	125	95.00	11875.00
Celular Nokia Lumia 630	123	225.00	27675.00
Celular Samsung Galaxy Ace 4	122	91.00	11102.00
Celular Nokia 1112	187	75.00	14025.00
Celular Samsung Galaxy Grand II	130	225.00	29250.00
Celular Alcatel U2	98	65.00	6370.00
TOTAL COMPRAS AÑO 2014	3030		266317.00
Gastos vinculados a las compras			114253.00
TOTAL COSTO DE COMPRAS			380570.00

FUENTE: Información obtenida del registro de compras y kardex de almacén de las empresas tomadas como muestra para el trabajo de Investigación.

Anexo 7: Resumen de costos fijos y variables**RESUMEN DE COSTOS FIJOS Y VARIABLES**

EMPRESA: Salazar Gil Danitza Norma AÑO 2013	Cant	%	COSTO
Costos fijos			
Costo de Adquisición	5864	65.01	485008.00
Costos Variables			
Costo de Transporte o fletes	5864	34.24	255422.00
Costo de Distribución	5864	0.17	1251.00
Costo de Administración	5864	0.59	4384.56
Total costo variable		34.99	261057.56
TOTAL VALOR DE VENTA		100.00	746065.56

RESUMEN DE COSTOS FIJOS Y VARIABLES

EMPRESA: Salazar Gil Danitza Norma AÑO 2014	Cant	%	COSTO
Costos fijos			
Costo de Adquisición	6535	63.44	527495.00
Costos Variables			
Costo de Transporte o fletes	6535	35.96	299040.60
Costo de Distribución	6535	0.07	601.51
Costo de Administración	6535	0.53	4384.56
Total costo variable		36.56	304026.67
TOTAL VALOR DE VENTA		100.00	831521.67

FUENTE: Resumen extractado de los cuadros N° 4 al 9 el número de unidades adquiridas, determinación del costos unitario variable, costo fijo unitario y determinación del precio de venta unitario.

Anexo 8: Resumen de costos fijos y variables**RESUMEN DE COSTOS FIJOS Y VARIABLES**

EMPRESA: MBD Móviles E.I.R.L. AÑO 2013	Cant.	%	COSTO
Costos fijos			
Costo de Adquisición	4963	65.40	426045.00
Costos Variables			
Costo de Transporte o fletes	4963	34.21	222830.00
Costo de Distribución	4963	0.21	1350.00
Costo de Administración	4063	0.18	1200.00
Total costo variable		34.60	225380.00
TOTAL VALOR DE VENTA		100.00	651425.00

RESUMEN DE COSTOS FIJOS Y VARIABLES

EMPRESA: MBD Móviles E.I.R.L. AÑO 2014	Cant.	%	COSTO
Costos fijos			
Costo de Adquisición	2575	66.75	255640.00
Costos Variables			
Costo de Transporte o fletes	2575	27.28	104489.69
Costo de Distribución	2575	1.44	5532.13
Costo de Administración	2575	4.52	17329.80
Total costo variable		33.25	127351.62
TOTAL VALOR DE VENTA		100.00	382991.62

FUENTE: Resumen extractado de los cuadros N° 4 al 9 el número de unidades adquiridas, determinación del costos unitario variable, costo fijo unitario y determinación del precio de venta unitario.

Anexo 9: Resumen de costos fijos y variables

RESUMEN DE COSTOS FIJOS Y VARIABLES

EMPRESA: TECHNO COMUNICACIONES E.I.R.L. AÑO 2013	Cant.	%	COSTO
Costos fijos			
Costo de Adquisición	4303	72.48	441887.00
Costos Variables			
Costo de Transporte o fletes	4303	24.41	148813.00
Costo de Distribución	4303	1.39	8500.00
Costo de Administración	4303	1.72	10500.00
Total costo variable		27.52	167813.00
TOTAL VALOR DE VENTA		100.00	609700.00

RESUMEN DE COSTOS FIJOS Y VARIABLES

EMPRESA: TECHNO COMUNICACIONES E.I.R.L. AÑO 2014	Cant.	%	COSTO
Costos fijos			
Costo de Adquisición	3030	68.37	266317.00
Costos Variables			
Costo de Transporte o fletes	3030	29.33	114253.00
Costo de Distribución	3030	0.35	1350.00
Costo de Administración	3030	1.96	7630.00
Total costo variable		31.63	123233.00
TOTAL VALOR DE VENTA		100.00	389550.00

FUENTE: Resumen extractado de los cuadros N° 4 al 9 el número de unidades adquiridas, determinación del costos unitario variable, costo fijo unitario y determinación del precio de venta unitario.

Anexo 10: Estado de resultados**SALAZAR GIL DANITZA NORMA**

ESTADO DE RESULTADOS

Al 31 de Diciembre del 2013

VENTAS NETAS	757,968.50
Costo de Ventas	-740,430.00
UTILIDAD BRUTA	17,538.50
<i>Gastos de Operación</i>	
Gastos de administración	-4,384.56
Gastos de venta	-1,251.00
UTILIDAD DE OPERACIÓN	11,902.94
<i>Otros ingresos y gastos</i>	0.00
Gastos financieros	3,500.00
Ingresos Diversos	0.00
Ingresos Excepcionales	
Cargas Excepcionales	7,500.00
UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACION E IMPUESTOS	22,902.94
REI. Del ejercicio Positivo	0.00
REI. Del ejercicio Negativo	0.00
UTILIDAD AJUSTADA ANTES. DE PART. E IMPUESTOS	22,902.94
Impuesto a la Renta 30%	6,870.88
UTILIDAD DEL EJERCICIO	16,032.06

FUENTE: Información obtenida del registro de Inventarios y Balances de las empresas tomadas como muestra para el trabajo de Investigación

Anexo 11: Estado de resultados**SALAZAR GIL DANITZA NORMA**

ESTADO DE RESULTADOS

Al 31 de Diciembre del 2014

VENTAS NETAS	850,305.88
Costo de Ventas	-826,535.60
UTILIDAD BRUTA	23,770.28
<i>Gastos de Operación</i>	
Gastos de administración	-4,384.56
Gastos de venta	-601.51
UTILIDAD DE OPERACIÓN	18,784.21
<i>Otros ingresos y gastos</i>	0.00
Gastos financieros	-326.00
Ingresos Diversos	0.00
Ingresos Excepcionales	
Cargas Excepcionales	-2,426.00
UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACION E IMPUESTOS	16,032.21
REL. Del ejercicio Positivo	0.00
REL. Del ejercicio Negativo	0.00
UTILIDAD AJUSTADA ANTES. DE PART. E IMPUESTOS	16,032.21
Impuesto a la Renta	-5,635.26
UTILIDAD DEL EJERCICIO	10,396.95

FUENTE: Información obtenida del registro de Inventarios y Balances de las empresas tomadas como muestra para el trabajo de Investigación.

Anexo 12: Estado de resultados

MBD MOVILES E.I.R.L.
ESTADO DE RESULTADOS
Al 31 de Diciembre del 2013

VENTAS NETAS	657,968.50
Costo de Ventas	648,875.00
UTILIDAD BRUTA	9,093.50
<i>Gastos de Operación</i>	
Gastos de administración	-1,200.00
Gastos de venta	-1,350.00
UTILIDAD DE OPERACIÓN	6,543.50
<i>Otros ingresos y gastos</i>	0.00
Gastos financieros	1,500.00
Ingresos Diversos	0.00
Ingresos Excepcionales	
Cargas Excepcionales	2,000.00
UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACION E IMPUESTOS	10,043.50
REI. Del ejercicio	0.00
REI. Del ejercicio	0.00
UTILIDAD AJUSTADA ANTES. DE PART. E IMPUESTOS	10,043.50
Impuesto a la Renta	3,013.05
UTILIDAD DEL EJERCICIO	7,030.45

FUENTE: Información obtenida del registro de Inventarios y Balances de las empresas tomadas como muestra para el trabajo de Investigación.

Anexo 13: Estado de resultados

M&D MOVILES E.I.R.L.
ESTADO DE RESULTADOS
Al 31 de Diciembre del 2014

VENTAS NETAS	388,362.55
Costo de Ventas	360,129.09
UTILIDAD BRUTA	28,233.46
<i>Gastos de Operación</i>	
Gastos de administración	-17,329.80
Gastos de venta	-5,532.13
UTILIDAD DE OPERACIÓN	5,371.53
<i>Otros ingresos y gastos</i>	0.00
Gastos financieros	-61.00
Ingresos Diversos	1,720.00
Ingresos Excepcionales	
Cargas Excepcionales	0.00
UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACION E IMPUESTOS	7,030.53
REI. Del ejercicio	0.00
REI. Del ejercicio	0.00
UTILIDAD AJUSTADA ANTES. DE PART. E IMPUESTOS	7,030.53
Impuesto a la Renta	-2,127.46
UTILIDAD DEL EJERCICIO	4,903.07

FUENTE: Información obtenida del registro de Inventarios y Balances de las empresas tomadas como muestra para el trabajo de Investigación.

Anexo 14: Estado de resultados**TECHNO COMUNICACIONES E.I.R.L.**

ESTADO DE RESULTADOS

Al 31 de Diciembre del 2013

VENTAS NETAS	655,000.00
Costo de Ventas	590,700.00
UTILIDAD BRUTA	64,300.00
<i>Gastos de Operación</i>	
Gastos de administración	-10,500.00
Gastos de venta	-8,500.00
UTILIDAD DE OPERACIÓN	45,300.00
<i>Otros ingresos y gastos</i>	0.00
Gastos financieros	-10,500.00
Ingresos Diversos	0.00
Ingresos Excepcionales	
Cargas Excepcionales	-12,000.00
UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACION E IMPUESTOS	22,800.00
REI. Del ejercicio	0.00
REI. Del ejercicio	0.00
UTILIDAD AJUSTADA ANTES. DE PART. E IMPUESTOS	22,800.00
Impuesto a la Renta	6,840.00
UTILIDAD DEL EJERCICIO	15,960.00

FUENTE: Información obtenida del registro de Inventarios y Balances de las empresas tomadas como muestra para el trabajo de Investigación.

Anexo 15: Estado de resultados**TECHNO COMUNICACIONES E.I.R.L.**

ESTADO DE RESULTADOS

Al 31 de Diciembre del 2014

VENTAS NETAS	410,500.00
Costo de Ventas	380,570.00
UTILIDAD BRUTA	29,930.00
<i>Gastos de Operación</i>	
Gastos de administración	-7,630.00
Gastos de venta	-1,350.00
UTILIDAD DE OPERACIÓN	20,950.00
<i>Otros ingresos y gastos</i>	0.00
Gastos financieros	-4,890.00
Ingresos Diversos	0.00
Ingresos Excepcionales	
Cargas Excepcionales	-6,540.00
UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACION E IMPUESTOS	9,520.00
REI. Del ejercicio	0.00
REI. Del ejercicio	0.00
UTILIDAD AJUSTADA ANTES. DE PART. E IMPUESTOS	9,520.00
Impuesto a la Renta	2,856.00
UTILIDAD DEL EJERCICIO	6,664.00

FUENTE: Información obtenida del registro de Inventarios y Balances de las empresas tomadas como muestra para el trabajo de Investigación.

Anexo 16: Estado de situación financiera

SALAZAR GIL DANITZA NORMA
ESTADO DE SITUACION FINANCIERA
 AL 31 de Diciembre del 2013

Expresado en nuevos soles

ACTIVO		PASIVO, GANANCIAS DIFERIDAS Y PATRIMONIO	
ACTIVO CORRIENTE	HISTORICO	PASIVO CORRIENTE	HISTORICO
Caja y Bancos	10217.60	Tributos por Pagar IR	0.00
		Tributos por Pagar IR p/a/c	0.00
Cuentas por Cobrar Comerciales	0.00	Tributos por Pagar IGV	1,797.00
Ctas por cobrar Accionistas y Personal	0.00	Contribuciones. A Inst. Publicas	95.00
Cuentas Diversas por Cobrar	0.00	Remuneraciones por Pagar	0.00
Existencias	14300.00	Cuentas por Pagar Comerciales	0.00
Gastos Pagados por Adelantado	0	Otras Cuentas Diversas por Pagar	116.78
Otras Cuentas del Activo Corriente	1824.00	Beneficios Sociales de los Trabajadores	0.00
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	26341.60	TOTAL PASIVO CORRIENTE	2008.78
ACTIVO NO CORRIENTE		PASIVO NO CORRIENTE	
Fondos Sujetos a Restricción	0	Cuentas por Pagar Comerciales a L/P	0
Cuentas por Cobrar a Largo Plazo	0	Otras Cuentas por Pagar a Largo Plazo	0
Inversiones en Valores	0	Provisiones Diversas	0
Inmuebles Maquinarias y equipos	4440.14	TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	0
Depreciación Acumulada	-1065.99	Ganancias Diferidas	0
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE	3374.15	PATRIMONIO	
		Capital Social	10490.00
		Resultados Acumulados	1184.76
		Resultado del Ejercicio	16,032.21
		TOTAL PATRIMONIO	27706.97
TOTAL ACTIVO	29715.75	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	29715.75

FUENTE: Información obtenida del registro de Inventarios y Balances de las empresas tomadas como muestra para el trabajo de Investigación

Anexo 17: Estado de situación financiera

SALAZAR GIL DANITZA NORMA
ESTADO DE SITUACION FINANCIERA
 AL 31 de Diciembre del 2014
 Expresado en Nuevos Soles

<u>ACTIVO</u>		<u>PASIVO, GANANCIAS DIFERIDAS Y PATRIMONIO</u>	
<u>ACTIVO CORRIENTE</u>	<u>HISTORICO</u>	<u>PASIVO CORRIENTE</u>	<u>HISTORICO</u>
Caja y Bancos	10217.60	Tributos por Pagar IR	0.00
Cuentas por Cobrar Comerciales	0.00	Tributos por Pagar IGV	1,797.00
Ctas por cobrar Accionistas y Personal	0.00	Contribuciones. A Inst. Publicas	95.00
Cuentas Diversas por Cobrar	0.00	Remuneraciones por Pagar	0.00
Existencias	14300.00	Cuentas por Pagar Comerciales	0.00
Gastos Pagados por Adelantado	0	Otras Cuentas Diversas por Pagar	116.78
Otras Cuentas del Activo Corriente	5,414.69	Beneficios Sociales de los Trabajadores	0.00
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	29932.29	TOTAL PASIVO CORRIENTE	2008.78
<u>ACTIVO NO CORRIENTE</u>		<u>PASIVO NO CORRIENTE</u>	
Fondos Sujetos a Restricción	0	Cuentas por Pagar Comerciales a L/P	0
Cuentas por Cobrar a Largo Plazo	0	Otras Cuentas por Pagar a Largo Plazo	0
Inversiones en Valores	0	Provisiones Diversas	0
Inmuebles Maquinarias y equipos	4440.14	TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	0
Depreciación Acumulada	-1065.99	Ganancias Diferidas	0
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE	3374.15	PATRIMONIO	
		Capital Personal	10490.00
		Resultados Acumulados	10410.71
		Resultado del Ejercicio	10,396.95
		TOTAL PATRIMONIO	31297.66
TOTAL ACTIVO	33306.44	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	33306.44

FUENTE: Información obtenida del registro de Inventarios y Balances de las empresas tomadas como muestra para el trabajo de Investigación.

Anexo 18: Estado de situación financiera

MBD MOVILES E.I.R.L.
ESTADO DE SITUACION FINANCIERA
AL 31 de Diciembre del 2013
Expresado en nuevos soles

ACTIVO		PASIVO, GANANCIAS DIFERIDAS Y PATRIMONIO	
ACTIVO CORRIENTE	HISTORICO	PASIVO CORRIENTE	HISTORICO
Caja y Bancos	484.15	Tributos por Pagar IR	-2890.69
Cuentas por Cobrar Comerciales	0.00	Tributos por Pagar IGV	0.00
Ctas por cobrar Accionistas y Personal	0.00	Remuneraciones por Pagar	0.00
Cuentas Diversas por Cobrar	0.00	Cuentas por Pagar Comerciales	0.00
Existencias	829200.00	Otras Cuentas Diversas por Pagar	975000.00
Gastos Pagados por Adelantado	0	Beneficios Sociales de los Trabajadores	0.00
Otras Cuentas del Activo Corriente	151420.58		
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	981104.73	TOTAL PASIVO CORRIENTE	972109.31
ACTIVO NO CORRIENTE		PASIVO NO CORRIENTE	
Fondos Sujetos a Restricción	0	Cuentas por Pagar Comerciales a L/P	0
Cuentas por Cobrar a Largo Plazo	0	Otras Cuentas por Pagar a Largo Plazo	0
Inversiones en Valores	0	Provisiones Diversas	0
Inmuebles Maquinarias y equipos	6408.11	TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	0
Depreciación Acumulada	-2651.66	Ganancias Diferidas	0
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE	3756.45	PATRIMONIO	
		Capital Social	5000.00
		Resultados Acumulados	721.34
		Resultado del Ejercicio	7,030.53
		TOTAL PATRIMONIO	12751.87
TOTAL ACTIVO	984861.18	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	984861.18

FUENTE: Información obtenida del registro de Inventarios y Balances de las empresas tomadas como muestra para el trabajo de Investigación

Anexo 19: Estado de situación financiera

MBD MOVILES E.I.R.L.
ESTADO DE SITUACION FINANCIERA

AL 31 de Diciembre del 2014

Expresado en nuevos soles

<u>ACTIVO</u>		<u>PASIVO, GANANCIAS DIFERIDAS Y PATRIMONIO</u>	
<u>ACTIVO CORRIENTE</u>	<u>HISTORICO</u>	<u>PASIVO CORRIENTE</u>	<u>HISTORICO</u>
Caja y Bancos	15200.00	Tributos por Pagar IR	0.00
Cuentas por Cobrar Comerciales	0.00	Tributos por Pagar IGV	-
Ctas por cobrar Accionistas y Personal	0.00	Remuneraciones por Pagar	0.00
Cuentas Diversas por Cobrar	0.00	Cuentas por Pagar Comerciales	0.00
Existencias	829484.17	Otras Cuentas Diversas por Pagar	975000.00
Gastos Pagados por Adelantado	0	Beneficios Sociales de los Trabajadores	0.00
Otras Cuentas del Activo Corriente	152,183.82		
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	996867.99	TOTAL PASIVO CORRIENTE	975000
ACTIVO NO CORRIENTE		PASIVO NO CORRIENTE	
Fondos Sujetos a Restricción	0	Cuentas por Pagar Comerciales a L/P	15000
Cuentas por Cobrar a Largo Plazo	0	Otras Cuentas por Pagar a Largo Plazo	0
Inversiones en Valores	0	Provisiones Diversas	0
Inmuebles Maquinarias y equipos	6408.11	TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	15000
Depreciación Acumulada	-2651.66	Ganancias Diferidas	0
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE	3756.45	PATRIMONIO	
		Capital Social	5000.00
		Resultados Acumulados	721.37
		Resultado del Ejercicio	4,903.07
		TOTAL PATRIMONIO	10624.44
TOTAL ACTIVO	1000624.44	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	1000624.44

FUENTE: Información obtenida del registro de Inventarios y Balances de las empresas tomadas como muestra para el trabajo de Investigación.

Anexo 20: Estado de situación financiera

TECHNO COMUNICACIONES E.I.R.L.
ESTADO DE SITUACION FINANCIERA

Al 31 de Diciembre del 2013

Expresado en nuevos soles

<u>ACTIVO</u>		<u>PASIVO, GANANCIAS DIFERIDAS Y PATRIMONIO</u>	
<u>ACTIVO CORRIENTE</u>	<u>HISTORICO</u>	<u>PASIVO CORRIENTE</u>	<u>HISTORICO</u>
Caja y Bancos	2500.00	Tributos por Pagar IR	5800.00
Cuentas por Cobrar Comerciales	0.00	Tributos por Pagar IGV	0.00
Ctas por cobrar Accionistas y Personal	0.00	Remuneraciones por Pagar	0.00
Cuentas Diversas por Cobrar	0.00	Cuentas por Pagar Comerciales	0.00
Existencias	639700.00	Otras Cuentas Diversas por Pagar	745600.00
Gastos Pagados por Adelantado	0	Beneficios Sociales de los Trabajadores	0.00
Otras Cuentas del Activo Corriente	120300.00		
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	762500.00	TOTAL PASIVO CORRIENTE	751400.00
<u>ACTIVO NO CORRIENTE</u>		<u>PASIVO NO CORRIENTE</u>	
Fondos Sujetos a Restricción	0	Cuentas por Pagar Comerciales a L/P	0
Cuentas por Cobrar a Largo Plazo	0	Otras Cuentas por Pagar a Largo Plazo	0
Inversiones en Valores	0	Provisiones Diversas	0
Inmuebles Maquinarias y equipos	7850.00	TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	0
Depreciación Acumulada	2560.00	Ganancias Diferidas	0
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE	10410.00	<u>PATRIMONIO</u>	
		Capital Social	5000.00
		Resultados Acumulados	550.00
		Resultado del Ejercicio	15,960.00
TOTAL ACTIVO	772910.00	TOTAL PATRIMONIO	21510.00
		TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	772910.00

FUENTE: Información obtenida del registro de Inventarios y Balances de las empresas tomadas como muestra para el trabajo de Investigación.

Anexo 21: Estado de situación financiera

TECHNO COMUNICACIONES E.I.R.L.
ESTADO DE SITUACION FINANCIERA

Al 31 de Diciembre del 2014

Expresado en nuevos soles

<u>ACTIVO</u>		<u>PASIVO, GANANCIAS DIFERIDAS Y PATRIMONIO</u>	
<u>ACTIVO CORRIENTE</u>	<u>HISTORICO</u>	<u>PASIVO CORRIENTE</u>	<u>HISTORICO</u>
Caja y Bancos	15400.00	Tributos por Pagar IR	5800.00
Cuentas por Cobrar Comerciales	0.00	Tributos por Pagar IGV	0.00
Ctas por cobrar Accionistas y Personal	0.00	Remuneraciones por Pagar	0.00
Cuentas Diversas por Cobrar	0.00	Cuentas por Pagar Comerciales	0.00
Existencias	639700.00	Otras Cuentas Diversas por Pagar	751836.00
Gastos Pagados por Adelantado	0	Beneficios Sociales de los Trabajadores	0.00
Otras Cuentas del Activo Corriente	120300.00		
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	775400.00	TOTAL PASIVO CORRIENTE	757636.00
<u>ACTIVO NO CORRIENTE</u>		<u>PASIVO NO CORRIENTE</u>	
Fondos Sujetos a Restricción	0	Cuentas por Pagar Comerciales a L/P	0
Cuentas por Cobrar a Largo Plazo	0	Otras Cuentas por Pagar a Largo Plazo	0
Inversiones en Valores	0	Provisiones Diversas	0
Inmuebles Maquinarias y equipos	7850.00	TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	0
Depreciación Acumulada	2560.00	Ganancias Diferidas	0
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE	10410.00	<u>PATRIMONIO</u>	
		Capital Social	5000.00
		Resultados Acumulados	16510.00
		Resultado del Ejercicio	6,664.00
		TOTAL PATRIMONIO	28174.00
TOTAL ACTIVO	785810.00	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	785810.00

FUENTE: Información obtenida del registro de Inventarios y Balances de las empresas tomadas como muestra para el trabajo de Investigación.

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

COSTOS DE DISTRIBUCIÓN Y RENTABILIDAD DE LAS EMPRESAS
DEDICADAS A LA VENTA DE PRODUCTOS CELULARES EN LA CIUDAD DE
JULIACA AÑO 2013-2014.

COST OF DISTRIBUTION AND PROFITABILITY OF COMPANIES DEDICATED
TO THE SALE OF CELLULAR PRODUCTS IN THE CITY OF JULIACA YEAR
2013-2014.

ARTÍCULO CIENTÍFICO

PRESENTADO POR:

ANIBAL CONDORI LAURA



DIRECTOR DE TESIS

Dr. ALBERTO ENRIQUE COLQUE MAMANI

**COORDINADOR DE
INVESTIGACIÓN**

Dr. EDGAR VILLAHERMOSA QUISPE

PUNO - PERÚ

2020

COSTOS DE DISTRIBUCIÓN Y RENTABILIDAD DE LAS EMPRESAS DEDICADAS A
LA VENTA DE PRODUCTOS CELULARES EN LA CIUDAD DE JULIACA AÑO 2013-
2014.

COST OF DISTRIBUTION AND PROFITABILITY OF COMPANIES DEDICATED TO
THE SALE OF CELLULAR PRODUCTS IN THE CITY OF JULIACA YEAR 2013-2014.

ANIBAL CONDORI LAURA

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO – PUNO

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS CONTABLES

COSTOS DE DISTRIBUCIÓN Y RENTABILIDAD DE LAS EMPRESAS DEDICADAS A LA VENTA DE PRODUCTOS CELULARES EN LA CIUDAD DE JULIACA AÑO 2013-2014.

COST OF DISTRIBUTION AND PROFITABILITY OF COMPANIES DEDICATED TO THE SALE OF CELLULAR PRODUCTS IN THE CITY OF JULIACA YEAR 2013-2014.

AUTOR : ANIBAL CONDORI LAURA

CORREO ELECTRÓNICO : anibal.condori.01@gmail.com

ESCUELA PROFESIONAL : CIENCIAS CONTABLES

RESUMEN

El presente trabajo de Investigación titulado: "costos de distribución y rentabilidad de las empresas dedicadas a la venta de productos celulares en la ciudad de Juliaca año 2013-2014", para lo cual se ha tomado como muestra a tres empresas que se dedican a la venta de celulares, que tienen distintas características de administración, organización y trabajo los mismos que operan dentro de la ciudad de Juliaca, Provincia de San Román, Departamento de Puno. El objetivo principal del trabajo de Investigación es determinar los costos de comercialización y la rentabilidad de las empresas en estudio, para tal fin se ha utilizado como materiales, los elementos de costos de distribución y análisis de los documentos fuentes en la determinación de los costos de distribución de los diferentes productos celulares de las tres empresa en estudio, así mismo se tomó en cuenta los estados financieros de los periodos 2013 y 2014 como son: El Estado de situación financiera y el estado de resultados, de las tres empresas en estudio, aplicando para ello el análisis de los métodos de ratios financieros en base a la ejecución de las fórmulas matemáticas y funciones financieras. En la evaluación de los objetivos se utilizaron el método deductivo e inductivo, los cuales nos han permitido evaluar la problemática de las empresas en estudio, Se ha concluido que los empresarios inversionistas en esta actividad de venta de celulares, no toman muy en cuenta los resultados de los estados financieros ni sus costos de comercialización, para una buena toma de decisiones.

Palabras Claves: Costos, Costos de Distribución, Celulares, Empresas, Rentabilidad, Ventas.

ABSTRACT

This research work entitled: "distribution and profitability costs of companies dedicated to the sale of cellular products in the city of Juliaca year 2013-2014", for which it has been taken as a sample to three companies that are dedicated to the sale of cell phones, which have different characteristics of administration, organization and work the same that operate within the city of Juliaca, Province of San Román, Department of Puno. The main objective of the Research work is to determine the commercialization costs and the profitability of the companies under study,

for this purpose it has been used as materials, the elements of distribution costs and analysis of the source documents in the determination of the costs of production of the different products, the financial statements for the periods 2013 and 2014 were also taken into account, such as: The Statement of Financial Position and the Income Statement of the three companies under study, applying for this the analysis of the methods of financial ratios based on the execution of mathematical formulas and financial functions. In the evaluation of the objectives the deductive and inductive method were used, which have allowed us to evaluate the problem of the companies under study. It has been concluded that the businessmen investing in this activity of cell phone sales, do not take into account the results of the financial statements or their marketing costs, for decision making.

Key Words: Costs, Distribution Costs, Cellular, Companies, Profitability, Sales.

INTRODUCCIÓN

El siguiente trabajo fue desarrollado en el departamento de Puno Provincia de San Román distrito de Juliaca que se caracteriza por tener una variedad de pequeñas empresas de servicios, una actividad importante especialmente en la ciudad de Juliaca que cuenta con muchos habitantes y considerado como principal eje comercial de la región de Puno, por consiguiente permite que las empresas dedicadas a la comercialización de productos celulares se mantengan permanentemente en el proceso continuo de sus actividades generando ingresos económicos y dando empleo a importante cantidad de mano de obra en el ámbito local, regional y nacional.

Sin embargo no cuenta con procedimientos, métodos ni registros de costos, que demuestre en forma clara y precisa cuánto cuesta comercializar sus productos de celulares ya adicionado los costos y gastos indirectos, en virtud de esto, no conoce con exactitud sus márgenes de utilidad sobre las ventas, es por ello que al analizar sus costos de comercialización y el efecto en nivel de rentabilidad, permita tomar decisiones oportunas, para ello se trató con un enfoque mixto de investigación, de esta manera dar un aporte a la empresa para que disponga de información de costos reales (Comerciales), este proporcionara información financiera para planear, evaluar, controlar y asegurar las actividades de los recursos de la empresa, logrando de esta manera que las empresas puedan cumplir con sus objetivos, así tomar decisiones correctivas. A parte de ello con el modelo propuesto permitirá mantener una información actualizada sobre los costos de productos que intervienen en la comercialización de la empresa que servirá de información para el análisis económico-financiero de la empresa.

Por lo que a través del presente trabajo de investigación se orienta a los inversionistas o empresarios del sector de la venta de productos celulares presentar una buena y adecuada organización empresarial, conocimiento y manejo de sus costos de inversión de capitales, recuperación de los mismos, traducidos en una rentabilidad real.

MATERIAL Y MÉTODOS

Métodos

Para el presente trabajo de Investigación se propone emplear los métodos hipotéticos: inductivo y deductivo, por lo cual explicamos los siguientes

Método inductivo: Utiliza la recolección de datos sin medición numérica para descubrir o afinar preguntas de investigación y puede o no probar hipótesis en su proceso de interpretación. Su propósito es reconstruir la realidad tal como la observa los actores de un sistema social previamente definido, su énfasis no está en medir variables sino en entenderlos. Este enfoque permitió utilizar la recolección de datos, de los dos periodos 2013 y 2014 de las tres empresas en estudio, sin medición numérica, como las. Descripciones y las observaciones, para descubrir y afinar las preguntas de investigación y también para entender las variables (costos de comercialización, rentabilidad).

Método deductivo: Se fundamenta en un esquema deductivo y lógico, usa la recolección de datos para probar las hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico para establecer patrones de comportamiento. Este enfoque permitió utilizar la recolección de datos, e los dos periodos 2013 y 2014 de las tres empresas en estudio, para contestar preguntas y probar hipótesis, con base en la medición numérica así mismo como el conteo, para establecer con exactitud patrones de comportamiento de las empresas.

Técnicas

Para el presente trabajo de investigación se utilizó las siguientes técnicas:

- Investigación bibliográfica.
- Visitas periódicas programadas a las empresas en estudio.
- Entrevistas a los dueños de las empresas.
- Recolección de las informaciones, mediante encuesta elaborada.
- Recolección, ordenamiento, clasificación y tabulación de datos.

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

Análisis documental: Es una técnica mediante el cual se obtiene información escrita, se recurrirá a esta técnica para analizar fuentes como cuaderno de apuntes, comprobantes de pago y otros manejados por las empresas dedicadas a la venta de productos celulares con el objetivo de obtener información necesaria para el trabajo de investigación, así como también se hará la revisión y lectura de trabajos de investigación realizadas anteriormente sobre el tema a investigar.

Materiales: Para el siguiente trabajo de investigación se utilizó los siguientes materiales:

- Actas de constitución de las empresas en estudio.
- Consulta en de fichas ruc.
- Estados financieros y de resultados de las tres empresas en estudio.
- Apuntes en cuaderno de ventas diarias y compras (registro de compras y de ventas).

RESULTADOS

Con los datos obtenidos durante el trabajo de investigación se llegó a respuestas según las hipótesis planteadas tanto las específicas y la general, a continuación exponemos los resultados que se ha obtenido en el ámbito de estudio elegido, con esto pretendemos dar respuesta a cada una de las interrogantes planteadas y de esta manera alcanzar los objetivos, para poder confirmar o rechazar nuestras hipótesis planteadas en principio: Determinar los costos unitarios y totales en las empresas dedicadas a la venta de productos celulares en la ciudad de Juliaca año 2013-2014. Se reflejan el costo directo e indirecto en que incurre las empresas en la comercialización de productos celulares, como una evidencia, de gastos realizados en la adquisición y comercialización de los productos denominados costos de venta, conformado por costo de adquisición y costos adicionales a las compras tales como gastos de fletes, envases embalajes, carguíos de carga y descarga, fletes de transporte, costos de almacenamiento y otros costos de distribución. Conformados de la siguiente manera en. Que expondremos a continuación.

Tabla 1: Resumen de costo unitario y total de adquisición

EMPRESAS	CANTIDAD Y COSTOS AÑO 2013				
	Cant.	C. Adquis	C. Agreg	C. Total	C. Unit.
Salazar Gil Danitza Norma	5864	485008.00	255422.00	740430.00	126.27
MBD Móviles E.I.R.L.	4963	426045.00	222830.00	648875.00	130.74
Techno Comunicaciones E.I.R.L.	4303	441887.00	148813.00	590700.00	137.28
TOTALES	15130	1352940.00	627065.00	1980005.00	

EMPRESAS	CANTIDAD Y COSTOS AÑO 2014				
	Cant.	C. Adquis	C. Agreg	C. Total	C. Unit.
Salazar Gil Danitza Norma	6535	527495.00	299040.60	826535.60	126.48
MBD Móviles E.I.R.L.	2575	255640.00	104489.69	360129.69	139.86
Techno Comunicaciones E.I.R.L.	3030	266317.00	114253.00	380570.00	125.60
TOTALES	12140	1049452.00	517783.29	1567235.29	

FUENTE: Confeccionado por el ejecutor de acuerdo a los resúmenes de costos unitario de compra

Como se observa en el Tabla 1, se evidencia claramente los costos fijos de adquisición de celulares para el año 2013 y 2014; además se observan los costos indirectos o valor agregado (consolidados en resúmenes por gastos indirectos) al producto dando así un resultado de costos totales.

Determinar el costo unitario por producto

Para poder determinar el costo unitario por producto se tomó como datos fundamentales, los Tablas N° 2 al N° 7 en donde nos muestra el costo total, el costo unitario, por unidades adquiridas y vendidas por cada empresa, los mismos nos muestran el costo de adquisición total y precio de ventas totales, confeccionado los cuadros de la siguiente manera: N° de unidades compradas, el número de unidades vendidas, el costo de adquisición unitario, el costo total de adquisición, el costo de gastos, adicionales a las compras, distribución de los mismos en función al porcentaje de unidades adquiridas, finalmente el precio de venta unitario y las utilidades obtenidas por producto elaborado para cada empresa correspondientes a los años 2013 y 2014 cuyos resultados se aprecia en los cuadros siguientes como sigue:

Tabla 2: Resumen de costo unitario de compra más gastos adicionales, precio de venta unitario y rentabilidad unitaria del año 2013

Equipos de Venta	EMPRESA: SALAZAR GIL DANITZA NORMA									
	Cant	%	C.Unit	C. Adicional	C.compra	C. Total	C.U. Final	P.V.Unit	Rent. Unit	Rent. Total
Celular Motorola C-120	780	13.30	30.00	33974.96	23400.00	57374.96	73.56	79.00	5.44	4245.04
Celular Samsung S-166	550	9.38	55.00	23956.70	30250.00	54206.70	98.56	99.00	0.44	243.30
Celular Samsung S-266	327	5.58	125.00	14243.35	40875.00	55118.35	168.56	169.00	0.44	144.65
Celular ZTE A-30	810	13.81	30.00	35281.69	24300.00	59581.69	73.56	69.00	-4.56	-3691.69
Celular Nokia Lumia 530	390	6.65	105.00	16987.48	40950.00	57937.48	148.56	149.00	0.44	172.52
Celular ZTE A-50	300	5.12	85.00	13067.29	25500.00	38567.29	128.56	159.00	30.44	9132.71
Celular LG 160	712	12.14	55.00	31013.04	39160.00	70173.04	98.56	99.00	0.44	314.96
Celular IMEI Sony Xperia M1	130	2.22	245.00	5662.49	31850.00	37512.49	288.56	299.00	10.44	1357.51
Celular Sony Ericsson K-310	72	1.23	205.00	3136.15	14760.00	17896.15	248.56	259.00	10.44	751.85
Celular Nokia 1208	470	8.02	95.00	20472.09	44650.00	65122.09	138.56	139.00	0.44	207.91
Celular Nokia Lumia 630	220	3.75	225.00	9582.68	49500.00	59082.68	268.56	279.00	10.44	2297.32
Celular Samsung Galaxy Ace 4	218	3.72	91.00	9495.57	19838.00	29333.57	134.56	135.00	0.44	96.43
Celular Nokia 1112	437	7.45	75.00	19034.69	32775.00	51809.69	118.56	117.84	-0.72	-313.61
Celular Samsung Galaxy Grand	238	4.06	225.00	10366.72	53550.00	63916.72	268.56	279.00	10.44	2485.28
Celular Alcatel U2	210	3.58	65.00	9147.10	13650.00	22797.10	108.56	109.00	0.44	92.90
TOTAL VENTAS AÑO 2013	5864	100	114.07	255422.00	485008.00	740430.00	157.62	162.66	5.03	17537.08

FUENTE: Cuadro confeccionado de acuerdo a los anexos del números 1 al 6 donde nos muestra cantidad adquirida, costo unitario de adquisición, costo adicional a compras, precio unitario de ventas y ventas totales.

Según la Tabla 2 en el año 2013 la Empresa Salazar Gil Danitza Norma ha perdido en sus ventas los siguientes: Compra 810 unidades de celulares ZTE A-30 costo unitario final S/73.53 c/u y vendió a S/69.00 perdiendo por unidad S/4.56 haciendo un total de S/3,691.69 en celular Nokia 1112 compro 437 unidades costo unitario final S118.56 y vendió a S/117.84 c/u perdiendo por unidad S/0.72, haciendo un total de S/313.61. En resumen ha perdido la suma de S/4,005.30 obteniendo solamente una rentabilidad total de S/17,537.08.

Tabla 3: Resumen de costo unitario de compra más gastos adicionales, precio de venta unitario y rentabilidad unitaria del año 2014

Equipos de Venta	EMPRESA: SALAZAR GIL DANITZA NORMA									
	Cant	%	C.Unit	C. Adicional	C.compra	C. Total	C.U. Final	P.V.Unit	Rent. Unit	Rent. Total
Celular Motorola C-120	910	13.93	30.00	41641.46	27300.00	68941.46	75.76	79.00	3.24	2948.54
Celular Samsung S-166	630	9.64	55.00	28828.70	34650.00	63478.70	100.76	99.00	-1.76	-1108.70
Celular Samsung S-266	267	4.09	115.00	12217.88	30705.00	42922.88	160.76	169.00	8.24	2200.12
Celular ZTE A-30	749	11.46	30.00	34274.13	22470.00	56744.13	75.76	69.00	-6.76	-5063.13
Celular Nokia Lumia 530	420	6.43	105.00	19219.14	44100.00	63319.14	150.76	149.02	-1.74	-730.74
Celular ZTE A-50	322	4.93	75.00	14734.67	24150.00	38884.67	120.76	159.00	38.24	12313.33
Celular LG 160	820	12.55	55.00	37523.07	45100.00	82623.07	100.76	99.00	-1.76	-1443.07
Celular IMEI Sony Xperia M1	140	2.14	245.00	6406.38	34300.00	40706.38	290.76	299.00	8.24	1153.62
Celular Sony Ericsson K-310	87	1.33	210.00	3981.11	18270.00	22251.11	255.76	259.00	3.24	281.89
Celular Nokia 1208	579	8.86	85.00	26494.95	49215.00	75709.95	130.76	139.00	8.24	4771.05
Celular Nokia Lumia 630	320	4.90	225.00	14643.15	72000.00	86643.15	270.76	279.00	8.24	2636.85
Celular Samsung Galaxy Ace 4	278	4.25	85.00	12721.24	23630.00	36351.24	130.76	135.00	4.24	1178.76
Celular Nokia 1112	540	8.26	64.00	24710.32	34560.00	59270.32	109.76	117.84	8.08	4363.28
Celular Samsung Galaxy Grand	220	3.37	230.00	10067.17	50600.00	60667.17	275.76	279.00	3.24	712.83
Celular Alcatel U2	253	3.87	65.00	11577.24	16445.00	28022.24	110.76	109.00	-1.76	-445.24
TOTAL VENTAS AÑO 2014	6535	100	111.60	299040.60	527495.00	826535.60	157.36	162.66	5.30	23769.40

FUENTE: Cuadro confeccionado de acuerdo a los anexos del Números 1 al 6 donde nos muestra cantidad adquirida, costo unitario de adquisición, costo adicional a compras, precio unitario de ventas y ventas totales.

Según la Tabla 3, En el año 2014; Compra 630, 749, 720, 820, y 253 unidades de celulares: Samsung S-266, ZTE A-30, Nokia Lumia 530, LG 160 y Alcatel U2 respectivamente, con un costo unitario final S/100.76, S/75.76, S/150.76, S/100.76 y S/ 110.76 c/u y; vendió c/u a S/99.00, S/69.00, S/149.02, S/99.00, y S/109.00 perdiendo por unidad S/1.76, S/6.76, S/1.74, S/1.76, y S/1.76, respectivamente haciendo un total de perdida S/8790.88. En resumen ha perdido la suma de S/8,790.88, obteniendo solamente una rentabilidad total de S/23,769.40.

Tabla 4: Resumen de costo unitario de compra más gastos adicionales, precio de venta unitario y rentabilidad unitaria del año 2013

Equipos de Venta	EMPRESA: MBD MÓVILES E.I.R.L.									
	Cant	%	C.Unit	C. Adicional	C.compra	C. Total	C.U. Final	P.V.Unit	Rent. Unit	Rent. Total
Celular Motorola C-120	510	10.28	30.00	22898.11	15300.00	38198.11	74.90	79.00	4.10	2091.89
Celular Samsung S-166	420	8.46	55.00	18857.26	23100.00	41957.26	99.90	99.00	-0.90	-377.26
Celular Samsung S-266	246	4.96	125.00	11044.97	30750.00	41794.97	169.90	169.00	-0.90	-220.97
Celular ZTE A-30	610	12.29	30.00	27387.93	18300.00	45687.93	74.90	69.00	-5.90	-3597.93
Celular Nokia Lumia 530	380	7.66	105.00	17061.33	39900.00	56961.33	149.90	149.00	-0.90	-341.33
Celular ZTE A-50	285	5.74	85.00	12796.00	24225.00	37021.00	129.90	159.00	29.10	8294.00
Celular LG 160	614	12.37	55.00	27567.52	33770.00	61337.52	99.90	99.00	-0.90	-551.52
Celular IMEI Sony Xperia M1	77	1.55	245.00	3457.17	18865.00	22322.17	289.90	299.00	9.10	700.83
Celular Sony Ericsson K-310	54	1.09	205.00	2424.51	11070.00	13494.51	249.90	259.00	9.10	491.49
Celular Nokia 1208	412	8.30	95.00	18498.08	39140.00	57638.08	139.90	139.00	-0.90	-370.08
Celular Nokia Lumia 630	210	4.23	225.00	9428.63	47250.00	56678.63	269.90	279.00	9.10	1911.37
Celular Samsung Galaxy Ace 4	200	4.03	91.00	8979.65	18200.00	27179.65	135.90	135.00	-0.90	-179.65
Celular Nokia 1112	395	7.96	75.00	17734.81	29625.00	47359.81	119.90	117.84	-2.06	-813.01
Celular Samsung Galaxy Grand	255	5.14	225.00	11449.05	57375.00	68824.05	269.90	279.00	9.10	2320.95
Celular Alcatel U2	295	5.94	65.00	13244.98	19175.00	32419.98	109.90	109.00	-0.90	-264.98
TOTAL VENTAS AÑO 2013	4963	100	114.07	222830.00	426045.00	648875.00	158.96	162.66	3.69	9093.80

FUENTE: Cuadro confeccionado de acuerdo a los anexos del Números 1 al 6 donde nos muestra cantidad adquirida, costo unitario de adquisición, costo adicional a compras, precio unitario de ventas y ventas totales.

Según la Tabla 4 la compra 420, 246, 610, 380, 614, 412, 200 y 295 unidades de equipo Samsung S-166, Samsung S-266, ZTE A-30, Nokia Lumia 530, LG 160, Nokia 1208, Samsung Galaxy Ace 4 y Alcatel U2, con un costo unitario final S/99.00, S/169.90, S/74.90, S/149.90 S/ 99.90, S/139.90, S/135.90, y S/109.90 en nuevos soles cada unidad y vendió cada unidad de celulares a S/99.00, S/169.00, S/69.00, S/149.00, S/99.00, S/139.00, 135.00 y S/109.00 soles, perdiendo por unidad S/0.90, S/0.90, S/5.90, S/0.90, S/0.90, S/0.90, S/2.06 y S/0.90, respectivamente. En resumen ha perdido la suma de S/6,537.08, obteniendo solamente una rentabilidad total de S/9,093.80.

Tabla 5: Resumen de costo unitario de compra más gastos adicionales, precio de venta unitario y rentabilidad unitaria del año 2014

Equipos de Venta	Cant	%	C.Unit	EMPRESA: MBD MOVILES E.I.R.L.			C.U. Final	P.V.Unit	Rent. Unit	Rent. Total
				C. Adicional	C.compra	C. Total				
Celular Motorola C-120	350	13.59	30.00	14202.48	10500.00	24702.48	70.58	79.00	8.42	2947.52
Celular Samsung S-166	220	8.54	55.00	8927.27	12100.00	21027.27	95.58	99.00	3.42	752.73
Celular Samsung S-266	195	7.57	115.00	7912.81	22425.00	30337.81	155.58	169.00	13.42	2617.19
Celular ZTE A-30	132	5.13	30.00	5356.36	3960.00	9316.36	70.58	69.00	-1.58	-208.36
Celular Nokia Lumia 530	210	8.16	105.00	8521.49	22050.00	30571.49	145.58	149.02	3.44	722.71
Celular ZTE A-50	190	7.38	75.00	7709.92	14250.00	21959.92	115.58	159.00	43.42	8250.08
Celular LG 160	127	4.93	55.00	5153.47	6985.00	12138.47	95.58	99.00	3.42	434.53
Celular IMEI Sony Xperia M1	123	4.78	245.00	4991.16	30135.00	35126.16	285.58	299.00	13.42	1650.84
Celular Sony Ericsson K-310	44	1.71	210.00	1785.45	9240.00	11025.45	250.58	259.00	8.42	370.55
Celular Nokia 1208	163	6.33	85.00	6614.30	13855.00	20469.30	125.58	139.00	13.42	2187.70
Celular Nokia Lumia 630	198	7.69	225.00	8034.55	44550.00	52584.55	265.58	279.00	13.42	2657.45
Celular Samsung Galaxy Ace 4	112	4.35	85.00	4544.79	9520.00	14064.79	125.58	135.00	9.42	1055.21
Celular Nokia 1112	245	9.51	64.00	9941.74	15680.00	25621.74	104.58	117.58	13.00	3185.36
Celular Samsung Galaxy Grand	140	5.44	230.00	5680.99	32200.00	37880.99	270.58	279.00	8.42	1179.01
Celular Alcatel U2	126	4.89	65.00	5112.89	8190.00	13302.89	105.58	109.00	3.42	431.11
TOTAL VENTAS AÑO 2014	2575	100	111.60	104489.69	255640.00	360129.69	152.18	162.64	10.46	28233.61

FUENTE: Cuadro confeccionado de acuerdo a los anexos del Números 1 al 6 donde nos muestra cantidad adquirida, costo unitario de adquisición, costo adicional a compras, precio unitario de ventas y ventas totales.

Según la Tabla 5 en el año 2014; Compra 132 unidades de celulares: ZTE A-30, con un costo unitario final S/70.58 y vendió c/u a S/69.00, perdiendo por unidad S/1.58. En resumen ha perdido la suma de S/208.36, obteniendo solamente una rentabilidad total de S/28,233.61.

Tabla 6: Resumen de costo unitario de compra más gastos adicionales, precio de venta unitario y rentabilidad unitaria del año 2013

Equipos de Venta	EMPRESA: TECHNO COMUNICACIONES E.I.R.L.									
	Cant	%	C.Unit	C. Adicional	C.compra	C. Total	C.U. Final	P.V.Unit	Rent. Unit	Rent. Total
Celular Motorola C-120	550	12.78	30.00	19020.95	16500.00	35520.95	64.58	79.00	14.42	7929.05
Celular Samsung S-166	420	9.76	55.00	14525.09	23100.00	37625.09	89.58	99.00	9.42	3954.91
Celular Samsung S-266	215	5.00	125.00	7435.46	26875.00	34310.46	159.58	169.00	9.42	2024.54
Celular ZTE A-30	308	7.16	30.00	10651.73	9240.00	19891.73	64.58	69.00	4.42	1360.27
Celular Nokia Lumia 530	289	6.72	105.00	9994.64	30345.00	40339.64	139.58	149.00	9.42	2721.36
Celular ZTE A-50	450	10.46	85.00	15562.60	38250.00	53812.60	119.58	159.00	39.42	17737.40
Celular LG 160	390	9.06	55.00	13487.58	21450.00	34937.58	89.58	99.00	9.42	3672.42
Celular IMEI Sony Xperia M1	250	5.81	245.00	8645.89	61250.00	69895.89	279.58	299.00	19.42	4854.11
Celular Sony Ericsson K-310	95	2.21	205.00	3285.44	19475.00	22760.44	239.58	259.00	19.42	1844.56
Celular Nokia 1208	225	5.23	95.00	7781.30	21375.00	29156.30	129.58	139.00	9.42	2118.70
Celular Nokia Lumia 630	357	8.30	225.00	12346.33	80325.00	92671.33	259.58	279.00	19.42	6931.67
Celular Samsung Galaxy Ace 4	222	5.16	91.00	7677.55	20202.00	27879.55	125.58	135.00	9.42	2090.45
Celular Nokia 1112	212	4.93	75.00	7331.71	15900.00	23231.71	109.58	117.83	8.25	1748.25
Celular Samsung Galaxy Grand	230	5.35	225.00	7954.22	51750.00	59704.22	259.58	279.00	19.42	4465.78
Celular Alcatel U2	90	2.09	65.00	3112.52	5850.00	8962.52	99.58	109.00	9.42	847.48
TOTAL VENTAS AÑO 2013	4303	100	114.07	148813.00	441887.00	590700.00	148.65	162.66	14.01	64300.96

FUENTE Cuadro confeccionado de acuerdo a los anexos del Número 1 al 6 donde nos muestra cantidad adquirida, costo unitario de adquisición, costo adicional a compras, precio unitario de ventas y ventas totales.

Según la Tabla 6 la empresa Techno Comunicaciones E.I.R.L. en los dos años 2013 – 2014, tanto en las compras como en las ventas no ha perdido nada debido a su buena administración en la gestión de compras y ventas obteniendo una utilidad de S/64,300.96, para el año 2013 y S/29,929.47 para el año 2014.

Tabla 7: Resumen de costo unitario de compra más gastos adicionales, precio de venta unitario y rentabilidad unitaria del año 2014

Equipos de Venta	EMPRESA: TECHNO COMUNICACIONES E.I.R.L.									
	Cant	%	C.Unit	C. Adicional	C.compra	C. Total	C.U. Final	P.V.Unit	Rent. Unit	Rent. Total
Celular Motorola C-120	470	15.51	30.00	17722.41	14100.00	31822.41	67.71	79.00	11.29	5307.59
Celular Samsung S-166	350	11.55	55.00	13197.54	19250.00	32447.54	92.71	99.00	6.29	2202.46
Celular Samsung S-266	212	7.00	125.00	7993.94	26500.00	34493.94	162.71	169.00	6.29	1334.06
Celular ZTE A-30	405	13.37	30.00	15271.44	12150.00	27421.44	67.71	69.00	1.29	523.56
Celular Nokia Lumia 530	187	6.17	105.00	7051.26	19635.00	26686.26	142.71	149.00	6.29	1176.74
Celular ZTE A-50	211	6.96	85.00	7956.23	17935.00	25891.23	122.71	159.00	36.29	7657.77
Celular LG 160	220	7.26	55.00	8295.60	12100.00	20395.60	92.71	99.00	6.29	1384.40
Celular IMEI Sony Xperia M1	135	4.46	245.00	5090.48	33075.00	38165.48	282.71	299.00	16.29	2199.52
Celular Sony Ericsson K-310	55	1.82	205.00	2073.90	11275.00	13348.90	242.71	259.00	16.29	896.10
Celular Nokia 1208	125	4.13	95.00	4713.41	11875.00	16588.41	132.71	139.00	6.29	786.59
Celular Nokia Lumia 630	123	4.06	225.00	4637.99	27675.00	32312.99	262.71	279.00	16.29	2004.01
Celular Samsung Galaxy Ace 4	122	4.03	91.00	4600.29	11102.00	15702.29	128.71	135.00	6.29	767.71
Celular Nokia 1112	187	6.17	75.00	7051.26	14025.00	21076.26	112.71	117.81	5.10	954.21
Celular Samsung Galaxy Grand	130	4.29	225.00	4901.94	29250.00	34151.94	262.71	279.00	16.29	2118.06
Celular Alcatel U2	98	3.23	65.00	3695.31	6370.00	10065.31	102.71	109.00	6.29	616.69
TOTAL VENTAS AÑO 2014	3030	100	114.07	114253.00	266317.00	380570.00	151.77	162.65	10.88	29929.47

FUENTE Cuadro confeccionado de acuerdo a los anexos del Números 1 al 6 donde nos muestra cantidad adquirida, costo unitario de adquisición, costo adicional a compras, precio unitario de ventas y ventas totales.

Según la Tabla 7 la empresa Techno Comunicaciones E.I.R.L. en los dos años 2013 - 2014 ver cuadro N° 8 Y 9 tanto en las compras como en las ventas no ha perdido nada debido a su buena administración en la gestión de compras y ventas obteniendo una utilidad de S/64,300.96, para el año 2013 y S/29,929.47 para el año 2014.

Determinar el nivel de rentabilidad que se obtiene después del valor agregado de las empresas dedicadas a la venta de productos celulares en la ciudad de Juliaca año 2013-2014.

El segundo objetivo específico del presente trabajo de investigación es demostrar que las empresas dedicadas a la venta de productos de comunicaciones celulares no evalúan su sistema de rentabilidad de sus inversiones de capital a través de los Estados Financieros que obtienen cada fin de año con la finalidad de determinar su capacidad financiera, para la toma de decisiones.

El resultado del análisis e interpretación de los Estados Financieros, muestra la capacidad financiera, su rentabilidad de estas empresas, como instrumentos de evaluación llamados Estado de Situación Financiera y Estado de Resultados.

Rentabilidad. Para determinar la Rentabilidad en la prestación de servicio de venta de aparatos de comunicaciones celulares se hace la relación y comparación de ventas totales con los costos totales, para determinar la rentabilidad, se obtiene por medio de la siguiente fórmula:

$$\text{Rentabilidad} = \frac{\text{Utilidad}}{\text{Ventas Totales}} \times 100$$

1.- Empresa: Salazar Gil Danitza Norma

a. Rentabilidad General:

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

$$\text{Para el Año de 2013} = \frac{16,032.00}{29,716.00} = 53.95\%$$

$$\text{Para el Año de 2014} = \frac{10,397.00}{33,306.00} = 31.22\%$$

b.- Rentabilidad De Las Ventas:

La fórmula a usar es.

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

$$\text{Para el Año de 2013} = \frac{16,032.00}{757,968.00} = 2.12\%$$

$$\text{Para el Año de 2014} = \frac{10,397.00}{850,306.00} = 1.22\%$$

c.- Rentabilidad del Patrimonio:

La fórmula a usar es.

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

$$\text{Para el Año de 2013} = \frac{16,032.00}{27,707.00} = 57.86\%$$

$$\text{Para el Año de 2014} = \frac{10,397.00}{31,298.00} = 33.22\%$$

d.- Rentabilidad del Activo Total:

$$= \frac{\text{Ingresos Totales}}{\text{Activo Total}} \times 100\%$$

$$\text{Para el Año de 2013} = \frac{757,968.00}{29,716.00} = 2550.71\%$$

$$\text{Para el Año de 2014} = \frac{850,306.00}{33,306.00} = 2553.01\%$$

2.- Empresa Mbd Móviles E.I.R.L.

a.- Rentabilidad General:

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

$$\text{Para el Año de 2013} = \frac{7,030.00}{984,861.00} = 0.71\%$$

$$\text{Para el Año de 2014} = \frac{4,903.00}{1000,624.00} = 0.49\%$$

b.- Rentabilidad de las Ventas:

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

$$\text{Para el Año de 2013} = \frac{7,030.00}{657,968.00} = 1.07\%$$

$$\text{Para el Año de 2014} = \frac{4,903.00}{388,363.00} = 1.26\%$$

c.- Rentabilidad del Patrimonio:

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

$$\text{Para el Año de 2013} = \frac{7,030.00}{12,752.00} = 55.13\%$$

$$\text{Para el Año de 2014} = \frac{4,903.00}{10,624.00} = 46.15\%$$

d.- Rentabilidad del Activo Total:

$$= \frac{\text{Ingresos Totales}}{\text{Activo Total}} \times 100\%$$

$$\text{Para el Año de 2013} = \frac{657,968.00}{984,861.00} = 66.80\%$$

$$\text{Para el Año de 2014} = \frac{388,363.00}{1000,624.00} = 38.81\%$$

3.- Empresa Techno Comunicaciones E.I.R.L.

a.- Rentabilidad General:

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

$$\text{Para el Año de 2013} = \frac{15,960.00}{772,900.00} = 2.06\%$$

$$\text{Para el Año de 2014} = \frac{6,664.00}{785,810.00} = 0.85\%$$

b.- Rentabilidad de las Ventas:

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

$$\text{Para el Año de 2013} = \frac{15,960.00}{655,000.00} = 2.44\%$$

$$\text{Para el Año de 2014} = \frac{6,664.00}{410,500.00} = 1.62\%$$

c.- Rentabilidad del Patrimonio:

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

$$\text{Para el Año de 2013} = \frac{15,960.00}{21,510.00} = 74.20\%$$

$$\text{Para el Año de 2014} = \frac{6,664.00}{28,174.00} = 23.65\%$$

d.- Rentabilidad del Activo Total:

$$= \frac{\text{Ingresos Totales}}{\text{Activo Total}} \times 100\%$$

Para el Año de 2013 = $\frac{655,000.00}{772,900.00} = 84.75\%$

Para el Año de 2014 = $\frac{410,500.00}{785,810.00} = 52.24\%$

Tabla 8: Resumen de rentabilidad de las empresas

RATIOS FINANCIEROS	Salazar Gil Danitza Norma.		MBD Móviles EIRL.		Techno Comunicaciones EIRL.		TOTALES
	2013	2014	2013	2014	2013	2014	
RENTABILIDADES							
Rentabilidad General	53.95	31.22	0.71	0.49	2.06	0.85	14.88
Rentabilidad de Ventas	2.12	1.22	1.07	1.26	2.44	1.62	1.62
Rentabilidad del Patrimonio	57.86	33.22	55.13	46.15	74.2	23.65	48.37
Rentabilidad del Activo total	2550.71	2553.01	66.8	38.81	84.75	52.24	891.05
PROMEDIO TOTAL	666.16	654.67	30.93	21.68	40.86	19.59	238.98

FUENTE: Resumen de los resultados de los cuadros de análisis de los ratios financieros de cada empresa.

En la Tabla 8 la rentabilidad que se obtiene en la comercialización de productos de comunicaciones denominados celulares en la ciudad de Juliaca, proviene de las combinaciones de análisis en la aplicación de los ratios financieros de las cuentas, tales como: ventas totales, costos totales y utilidad neta obtenida, fórmulas de análisis de los estados financieros aplicadas a cada empresa, cuya interpretación y resultados se describen más detalladamente según empresa y según los ratios financieros en lo siguiente:

Los resultados de la rentabilidad general son, como sigue:

La Empresa Salazar Gil Danitza Norma, obtiene una rentabilidad general de 53.95 % en el año 2013 y de 31.22% en al año 2014. La empresa MBD Móviles E.I.R.L. Obtiene una rentabilidad general de 0.71% en el año 2013 y de 0.49% en al año 2014. La empresa Techno Comunicaciones E.I.R.L. Obtiene una rentabilidad general de 2.06% en el año 2013 y de 0.85% en al año 2014.

Los resultados de la rentabilidad de ventas son como sigue:

La Empresa Salazar Gil Danitza Norma., obtiene una rentabilidad de ventas de 2.12 % en el año 2013 y de 1.22% en al año 2014. La empresa MBD Móviles E.I.R.L. Obtiene una rentabilidad de ventas de 1.07% en el año 2013 y de 1.26% en al año 2014. La empresa Techno Comunicaciones E.I.R.L. Obtiene una rentabilidad de ventas de 2.44% en el año 2013 y de 1.62% en al año 2014.

Los resultados de la rentabilidad de patrimonio son como sigue:

La Empresa Salazar Gil Danitza Norma, obtiene una rentabilidad de patrimonio de 57.86 % en el año 2013 y de 33.22% en al año 2014. La empresa MBD Móviles E.I.R.L. Obtiene una rentabilidad de patrimonio de 55.13% en el año 2013 y de 46.15% en al año 2014. La Techno Comunicaciones E.I.R.L. Obtiene una rentabilidad de patrimonio de 74.20% en el año 2013 y de 23.65% en el año 2014.

Los resultados de la rentabilidad de activo total son como sigue:

La Empresa Salazar Gil Danitza Norma, obtiene una rentabilidad de activo total de 2550.71 % en el año 2013 y de 2553.01% en al año 2014. La empresa MBD Móviles E.I.R.L. Obtiene una rentabilidad de activo total de 66.80% en el año 2013 y de 38.81% en al año 2014. La empresa Techno Comunicaciones E.I.R.L. Obtiene una rentabilidad activo total de 84.75% en el año 2013 y de 52.24% en al año 2014. En resumen, Las Rentabilidades de las empresas disminuyeron o no aumentaron: Así como la rentabilidad General, para la empresa Salazar Gil Danitza Norma en el año 2013 era 53.95% bajo en el año 2014 a 31.22%, Rentabilidad de Ventas de 2.12% a 1.22%, Rentabilidad Patrimonial de 57.86% 33.22%, Rentabilidad del Activo total en el año 2013 era 2550.71% aumento a 2553.01% para el año de 2014. Para la empresa MBD Móviles E.I.R.L. la rentabilidad general en el año 2013 era 0.71% bajo en el año 2014 a 0.49%, Rentabilidad de Ventas de 1.07% a 1.26%, Rentabilidad Patrimonial de 55.13% a 46.15%, Rentabilidad del Activo total en el año 2013 era 66.80% bajo a 38.81% para el año de 2014. Empresa Techno Comunicaciones E.I.R.L. la rentabilidad en el año 2013 era 2.06% bajo para el año 2014 a 0.85%, Rentabilidad de Ventas de 2.44% a 1.62%, Rentabilidad Patrimonial de 74.20% bajo a 23.65%, Rentabilidad del Activo total en el año 2013 era 84.75% aumento a 52.24% para el año de 2014.

DISCUSIÓN

Como antecedente no se encontró un trabajo netamente enfocado a los costos de distribución y rentabilidad de empresas que se dedican a la comercialización o distribución de celulares en sus diferentes marcas y modelos. Pero si encontramos un trabajo de investigación que se asemeja a la problemática y objetivos de estudio.

En su Tesis titulado “Costos De Comercialización y su Rentabilidad de las Empresas Comerciales de la Ciudad de Juliaca” llega a los resultados como: “Los costos de distribución para las empresas comercializadoras de prendas de vestir es muy similar, sólo varían sus costos operativos en función al volumen de ventas realizadas por las empresas tal como se aprecia en el cuadro No 25 al 26”. El resultado de los costos de comercialización constituye la suma de todos los gastos de comercialización, que forman parte al costo de las mercaderías adquiridas, así podemos indicar que para el año de 1997 la empresa de Yudith Rosario Asqui Mayta tiene un costo promedio de S/. 50.38 por producto, Alejandro Cama de S/. 51.85, y empresa de Ignacio Chambi de S/. 51.77.

Para el año de 1998 tenemos el siguiente resultado de S/. 55.49, S/. 57.85 y S/. 56.37 respectivamente. Todos estos resultados obtenidos fueron en función a las encuestas, tabulación de los cuadros, los mismos que han sido llevados a un análisis en la determinación del total del costo de comercialización, con realización de las operaciones matemáticas y métodos de Investigación Inductivo y Deductivo”

De los resultados con otras investigaciones similares, distinguiendo las variables estudiadas o su respectiva relación, destacando algunos aspectos de compatibilidad o discrepancia con los antecedentes y fuentes teóricas citadas en esta investigación cabe mencionarse lo siguiente:

- Los costos de distribución para las empresas comercializadoras de prendas de vestir es muy similar, sólo varían sus costos operativos en función al volumen de ventas realizadas por las empresas. Sin embargo son diferentes los costos distribución de productos celulares ya que los costos indirectos son más elevados.
- El resultado de los costos de comercialización constituye la suma de todos los gastos de comercialización, que forman parte al costo de las mercaderías adquiridas para después tener un costo total por unidades.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Adriazen, M. (2002). *Enciclopedia de la Contabilidad - Segunda Edición*. Lima - Peru: Universidad Libre S. A.
- Arce Coaquira, E. (2010), “*Costo de Comercialización y Rentabilidad de la Empresa Vidriería 28 de Julio S.C.R.L. de la Ciudad de Puno, Periodo 2008*”. Puno: Universidad Nacional del Altiplano
- Clemente Maldonado, Wilson (2014). *Determinación del Costo de Producción y Rentabilidad de Industrias de Metal Mecánica*. Juli: Universidad Nacional del Altiplano
- Quispe Eusebia, E. (2003), “*Determinación de Costos y Rentabilidad en la Confección de Puertas y Ventanas Metálicas para la Ciudad de Puno*”. Puno: Universidad Nacional del Altiplano.
- Monroy Mamani, L. (2011). *Análisis de los costos de comercialización y rentabilidad de la empresa vidriería 28 de julio s.c.r.l. de la ciudad de puno periodos 2007-2009*. Puno: Universidad Nacional del Altiplano.
- Roman Carcausto, R. (2002). “*Costos De Comercialización y su Rentabilidad de las Empresas Comerciales*”. Juliaca: Universidad Nacional del Altiplano.