

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, CONTABLES, ECONOMICAS Y**  
**TURISMO**

**ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD**



**TESIS**

**COSTOS OPERATIVOS Y LA RENTABILIDAD EN LA ASOCIACIÓN DE  
GANADEROS DEL MERCADO VINOCANCHON DEL DISTRITO DE SAN  
JERONIMO, CUSCO-2019**

**PARA OPTAR AL TITULO PROFESIONAL DE CONTADOR PUBLICO**

**Presentado por:**

Bachiller Indira Quispe Vega

**Asesor:**

Mgt. Gabriel Mozo Ayma

CUSCO – PERU

2022

## **DEDICATORIA**

A mis padres Epifanio y María Francisca por su tenacidad que siempre me han demostrado, su lucha insaciable de seguir siempre adelante, a no rendirme para ser fuerte en cada batalla y sus valores así su amor infinito hacia sus hijos.

A mis hermanos Juan Carlos, Edrix e Ivan, por el apoyo emocional que me han dado, su paciencia, preocupación y la motivación para ser una mejor persona.

Bach. Indira Quispe Vega

## **AGRADECIMIENTOS**

El presente trabajo de tesis agradecerle a Dios por bendecirme para llegar a cumplir un logro más y estar con mi familia compartiendo estos momentos importantes conmigo.

A la prestigiosa Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco por la oportunidad de formar parte de esta gran casa de estudios y a mis docentes de la Escuela profesional de Contabilidad por formarme para ser una profesional.

A mi Asesor de Tesis, Mgt. Gabriel Mozo Ayma por sus conocimientos, enseñanzas, su experiencia, dedicación y por su visión crítica y sus sugerencias que me han ayudado a formarme como persona e investigadora.

Bach. Indira Quispe Vega

## ÍNDICE GENERAL

DEDICATORIA	II
AGRADECIMIENTOS	III
ÍNDICE GENERAL	IV
LISTA DE TABLAS	VI
LISTA DE FIGURAS	VII
RESUMEN	VIII
ABSTRACT	IX
INTRODUCCION	X
CAPÍTULO I PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	1
1.1 Planteamiento del Problema	1
1.2 Formulación del Problema	2
1.2.1 Problema General	2
1.2.2 Problemas Específicos	2
1.3 Objetivos de la Investigación	3
1.3.1 Objetivo General	3
1.3.2 Objetivos Específicos	3
1.4 Justificación de la Investigación	3
CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO	5
2.1 Antecedentes de la Investigación	5
2.1.1 Antecedentes Internacionales	5
2.1.2 Antecedentes Nacionales	6
2.1.3 Antecedente Local	8
2.2 Bases Legales	8
2.2.1. Ley de Mercados Públicos	8
2.2.2. <i>Ley N° 31075</i>	9
2.3 Bases Teóricas	16
2.3.1 Concepto de Costo	16
2.3.2 Rentabilidad	35
2.4 Marco Conceptual	43
2.5 Variables y Operacionalización	52
2.5.1 Variables de estudio	52
2.5.2 Operacionalización de las variables	53
CAPÍTULO III METODOLOGÍA	54

3.1	Ámbito de estudio	54
3.2	Tipo de investigación	55
3.3.	Enfoque de la investigación	55
3.4.	Alcance de la investigación	55
3.5.	Diseño de la investigación	56
3.6.	Población y Muestra	56
3.7.	Técnica de recolección de datos	57
3.8.	Técnica de procesamiento y análisis de datos	57
3.9.	Procedimientos	58
3.10.	Método de análisis de datos	58
CAPÍTULO IV RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN		60
4.1.	Análisis de los resultados	60
4.1.1.	Información general de la empresa	60
4.1.2.	Resultados con respecto a los costos directos e indirectos	73
4.1.3.	Resultados con respecto a la rentabilidad económica	83
4.2.	Discusión de resultados	87
CONCLUSIONES		89
RECOMENDACIONES		90
REFERENCIAS		91
ANEXOS		95
MATRIZ DE CONSISTENCIA		96
Operacionalización de Variables		97
ARCHIVO FOTOGRÁFICO		102

## LISTA DE TABLAS

TABLA 1: TIPOS DE COSTOS OPERACIONALES .....	22
TABLA 2: TIPOS DE COSTOS.....	23
TABLA 3: CATEGORÍAS DE COSTOS EN FUNCIÓN O BASE AL FUNCIONAMIENTO.....	24
TABLA 4: INDICADORES DE RENTABILIDAD.....	41
TABLA 5: CENTRO DE ABASTOS EN LA PROVINCIA DE CUSCO .....	45
TABLA 6: OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES .....	53
TABLA 7: ¿UTILIZA ALGÚN MECANISMO PARA EL CONTROL DE SU MERCADERÍA?.....	60
TABLA 8: ¿PAGA USTED POR CONCEPTO DE LIMPIEZA DEL MERCADO VINOCANCHÓN?.....	61
TABLA 9: ¿PAGA LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO POR LA VENTA DE CARNE?.....	62
TABLA 10: ¿UTILIZA MANO DE OBRA ADICIONAL EN EL PROCESO DE LA VENTA DE CARNE?.....	63
TABLA 11: ¿LOS COSTOS INDIRECTOS, COMO AGUA, LUZ, ESTIVAJE, ENTRE OTROS, ¿LOS CARGA DIRECTAMENTE AL COSTO DEL PRODUCTO?.....	64
TABLA 12: ¿UTILIZA TRANSPORTE PARA EL TRASLADO DE SU MERCADERÍA? .....	65
TABLA 13: ¿CONOCE EL PORCENTAJE DE RENTABILIDAD EN LA VENTA DE CARNE? .....	66
TABLA 14: ¿CUÁNTO ES EL MARGEN DE UTILIDAD EN LA VENTA DE CARNE DEL GANADO?.....	67
TABLA 15: ¿CUÁNTO ES EL MARGEN DE UTILIDAD EN LA VENTA DE CARNE DE CORDERO? .....	68
TABLA 16: ¿USTED DETERMINA EL MARGEN BRUTO DE UTILIDAD EN LA VENTA DE CARNES? .....	69
TABLA 17: ¿DETERMINA EL MARGEN NETO DE UTILIDAD EN LA VENTA DE CARNES?.....	70
TABLA 18: ¿PERMITIRÍA QUE SE REALICE UN ESTUDIO DE VENTAS EN LA ASOCIACIÓN DE GANADEROS DEL MERCADO VINOCANCHÓN? .....	71
TABLA 19: COSTO DIRECTO – OVINO .....	73
TABLA 20: COSTOS INDIRECTOS DEL OVINO .....	73
TABLA 21: COSTOS OPERATIVOS DEL OVINO.....	74
TABLA 22: ELEMENTOS DEL COSTO EN LA VENTA DE CORDERO.....	74
TABLA 23: MARGEN DE GANANCIA .....	75
TABLA 24: ELEMENTOS DEL COSTO EN LA VENTA DE CORDERO.....	76
TABLA 25: ESTADO DE RESULTADOS.....	77
TABLA 26: COSTO DIRECTO DEL GANADO .....	78
TABLA 27: COSTOS INDIRECTOS DEL GANADO VACUNO .....	78
TABLA 28: COSTOS OPERATIVOS DEL GANADO VACUNO .....	78
TABLA 29: ELEMENTOS DEL COSTO EN LA VENTA DEL GANADO VACUNO .....	79
TABLA 30: MARGEN DE GANANCIA .....	80
TABLA 31: ELEMENTOS DEL COSTO EN LA VENTA DE GANADO.....	81
TABLA 32: ESTADO DE RESULTADOS.....	82
TABLA 33: RENTABILIDAD DEL OVINO .....	83
TABLA 34: RENTABILIDAD DEL OVINO CON ESTUDIO DE COSTOS OPERATIVOS.....	83
TABLA 35: DIFERENCIA DE LA RENTABILIDAD .....	84
TABLA 36: DIFERENCIA DE LA RENTABILIDAD ECONÓMICA.....	84
TABLA 37.....	85
TABLA 38: RENTABILIDAD DEL GANADO VACUNO CON ESTUDIO DE COSTOS OPERATIVOS.....	85
TABLA 39: DIFERENCIA DE LA RENTABILIDAD .....	86
TABLA 40: DIFERENCIA DE LA RENTABILIDAD ECONÓMICA.....	86

## LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 CLASIFICACIÓN DEL SISTEMA DE COSTOS .....	27
FIGURA 2 CLASIFICACIÓN DE ELEMENTOS DEL COSTO .....	29
FIGURA 3 CLASIFICACIÓN DEL COSTO .....	34
FIGURA 4 GANADO DE LA RAZA BROWN SWISS.....	48
FIGURA 5 RAZA DE OVINO CARA NEGRA .....	49
FIGURA 6 IMAGEN DEL MAPA DE UBICACIÓN DEL MERCADO VINOCANCHÓN .....	54
FIGURA 7 ¿UTILIZA ALGÚN MECANISMO PARA EL CONTROL DE SU MERCADERÍA? .....	61
FIGURA 8 ¿PAGA UD. POR CONCEPTO DE LIMPIEZA DEL MERCADO VINOCANCHÓN?.....	62
FIGURA 9 ¿PAGA LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO POR LA VENTA DE CARNE? .....	63
FIGURA 10 ¿UTILIZA MANO DE OBRA ADICIONAL EN EL PROCESO DE LA VENTA DE CARNE? .....	64
FIGURA 11 ¿LOS COSTOS INDIRECTOS COMO AGUA, LUZ, ESTIVAJE, ENTRE OTROS ¿LOS CARGA DIRECTAMENTE AL COSTO DEL PRODUCTO?.....	65
FIGURA 12 ¿UTILIZA TRANSPORTE PARA EL TRASLADO DE SU MERCADERÍA? .....	66
FIGURA 13 ¿CONOCE EL PORCENTAJE DE RENTABILIDAD EN LA VENTA DE CARNE? .....	67
FIGURA 14 ¿CUÁNTO ES EL MARGEN DE UTILIDAD EN LA VENTA DE CARNE DEL GANADO? .....	68
FIGURA 15 ¿CUÁNTO ES EL MARGEN DE UTILIDAD EN LA VENTA DE CARNE DEL CORDERO? .....	69
FIGURA 16 ¿USTED DETERMINA EL MARGEN BRUTO DE UTILIDAD EN LA VENTA DE CARNES? .....	70
FIGURA 17 ¿DETERMINA EL MARGEN NETO DE UTILIDAD EN LA VENTA DE CARNES? .....	71
FIGURA 18 ¿PERMITIRÍA QUE SE REALICE UN ESTUDIO DE VENTAS EN LA ASOCIACIÓN DE GANADEROS DE GANADEROS DEL MERCADO VINOCANCHÓN? .....	72

## RESUMEN

Es importante conocer el tema de costos en una organización, porque a veces se tienen ciertos problemas sino se tiene claro los costos operativos en los que incurre la empresa u organización; en un negocio es fundamental familiarizarse y tener conocimiento sobre costos ya que por medio de estos se logra determinar el margen de utilidad y también la capacidad real de la empresa para la buena toma de decisiones que permitan optimizar sus fines y rentabilidad.

La investigación titulada “Costos operativos y la Rentabilidad en la Asociación de Ganaderos del Mercado Vinocanchón del distrito de San Jerónimo, Cusco - 2019” se enmarca como una investigación básica con diseño no experimental y enfoque cuantitativo. Dentro de su metodología se ha propuesto como objetivo determinar y describir los costos operativos y la rentabilidad de dicha asociación.

En el presente documento se ahondará en cada una de las variables y como es que estas se manifiestan en la población de estudio.

Palabras clave: Costos operativos y Rentabilidad.



## ABSTRACT

It is important to know the issue of costs in an organization, because sometimes you have certain problems if you are not clear about the operating costs incurred by the company or organization; in a business it is essential to be familiar with and have knowledge about costs because through these it is possible to determine the profit margin and also the real capacity of the company for good decision making to optimize their purposes and profitability.

The research entitled "Operating Costs and Profitability in the Cattlemen's Association of the Vinocanchón Market of the district of San Jeronimo, Cusco - 2019" is framed as a basic research with non-experimental design and quantitative approach. Within its methodology, it has been proposed as an objective to determine and describe the operating costs and profitability of such association.

This paper will delve into each of the variables and how they are manifested in the study population.

Key words: Operating costs and profitability.

## INTRODUCCIÓN

La investigación titulada “Costos operativos y la Rentabilidad en la Asociación de Ganaderos del Mercado Vinocanchón del distrito de San Jerónimo, Cusco - 2019” en la cual se formuló el siguiente problema ¿Cuáles son los costos operativos y la rentabilidad en la asociación de ganaderos del mercado Vinocanchón del Distrito de San Jerónimo, Cusco – 2019?.

Para la investigación se desarrollan los siguientes capítulos:

CAPITULO I que contiene el problema de investigación en el que se desarrolla el planteamiento del problema, formulación del problema, objetivos de la investigación y la justificación del problema.

CAPITULO II comprende el marco teórico, en la cual se aborda con una visión general en el entorno internacional, nacional y local que hace referencia a investigaciones con las variables de estudio, se vino desarrollando las variables, operacionalización de variables y aspectos teóricos, así como teorías y lineamientos en las cuales se sustenta este trabajo de investigación

CAPITULO III se exponen el ámbito de estudio, tipo de investigación, enfoque, alcance, diseño, población y muestra estudiada, así como los métodos y las técnicas de recolección de datos utilizados en la presente investigación.

CAPITULO IV se muestran los resultados de la investigación, las conclusiones, recomendaciones y referencias, asimismo se anexan la matriz de consistencia la operacionalización de variables y el archivo fotográfico y documentos que sustentan esta presente investigación.

## **CAPÍTULO I**

### **PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN**

#### **1.1 Planteamiento del Problema**

El éxito de las empresas hoy en día requiere el uso adecuado y conocimiento de los costos, en donde las carencias de estos representan problemáticas que son la necesidad de controlar el uso y distribución estratégica de recursos, falta de conocimiento de los sistemas de costos para llevar a cabo una eficiente operatividad en las empresas que permitan el desempeño de los procesos operativos sin la necesidad de emplear elevados costos para hacer frente a los mercados competitivos, así también el logro de sus objetivos y la medición real de la rentabilidad.

El no contar con el adecuado manejo de los costos operativos en los que incurren las empresas, representa una debilidad en un contexto competitivo en la que vivimos, por eso es necesario que las empresas tengan la capacidad de cuantificar y determinar sus costos, sin embargo, muchas veces no hay un registro contable que tenga en orden y control sus costos, es por eso que se tiene inexactos niveles de rentabilidad en las empresas y esto no permite que las empresas se desarrollen y se establezcan en el mercado.

En el departamento del Cusco entre sus mercados se encuentra uno de los mercados más importantes a nivel provincial y regional, este es el mercado Vinocanchón en el distrito de San Jerónimo, siendo dinamizado por la feria dominical, así como también la transición a diaria, el mercado Vinocanchón es un centro de abastos de vendedores mayoristas, minoristas, así como también de los productores de las comunidades campesinas, este mercado es el principal proveedor de todo tipo de alimentos en la ciudad del Cusco.

La municipalidad distrital de San Jerónimo a través de la gerencia de desarrollo económico es la encargada de la administración, supervisión y control del mercado Vinocanchón, por lo cual toda asociación perteneciente a dicho mercado cumple con todos los requisitos para ser formal ya que todas las asociaciones están inscritas en registros públicos, y

sus socios cumplen con todas sus obligaciones y reglamentos internos, estatutos, que tienen dentro de cada asociación, así por ejemplo contar con el carnet de sanidad, examen médico, licencia de funcionamiento, certificado de defensa civil así como también tener los productos en buen estado, de calidad a precio justo y peso exacto.

Dentro del mercado Vinocanchón existen diversas asociaciones de acuerdo a los productos que se expenden, siendo la asociación de ganaderos una de las tres asociaciones en la venta de carnes. La asociación de ganaderos del mercado Vinocanchón tiene un total de 25 socios, los cuales expenden sus productos todos los días de la semana siendo el día domingo el de mayor demanda, dentro de esta asociación existen diferentes precios en la venta de sus productos por lo cual se pretende determinar los costos de adquisición de sus proveedores y consecuentemente determinar la rentabilidad a través del margen de utilidad; de igual manera se realiza un estudio de todo el periodo 2019 ya que en algunos meses este costo y su rentabilidad varían.

Es por ello que la investigación se centró en determinar los costos operativos pudiendo evidenciar la falta de control y el inadecuado manejo de sus costos operativos que no permite medir la rentabilidad, ni la optimización de sus recursos para ser más rentable.

## **1.2 Formulación del Problema**

### **1.2.1 Problema General**

- ¿Cuáles son los costos operativos y la rentabilidad en la asociación de ganaderos del mercado Vinocanchón del distrito de San Jerónimo, Cusco - 2019?

### **1.2.2 Problemas Específicos**

- ¿Cuáles son los costos directos en la asociación de ganaderos del mercado Vinocanchón del distrito de San Jerónimo, Cusco - 2019?
- ¿Cuáles son los costos indirectos en la asociación de ganaderos del mercado Vinocanchón del distrito de San Jerónimo, Cusco - 2019?

- ¿Cómo es la rentabilidad económica en la asociación de ganaderos del mercado Vinocanchón del distrito de San Jerónimo, Cusco - 2019?

### **1.3 Objetivos de la Investigación**

#### **1.3.1 Objetivo General**

Determinar los costos operativos y la rentabilidad de la asociación de ganaderos del mercado Vinocanchón del distrito de San Jerónimo, Cusco - 2019.

#### **1.3.2 Objetivos Específicos**

- Determinar los costos directos en la asociación de ganaderos del mercado Vinocanchón del distrito de San Jerónimo, Cusco - 2019.
- Determinar los costos indirectos en la asociación de ganaderos del mercado Vinocanchón del distrito de San Jerónimo, Cusco - 2019.
- Identificar la rentabilidad económica en la asociación de ganaderos del mercado Vinocanchón del distrito de San Jerónimo, Cusco - 2019.

### **1.4 Justificación de la Investigación**

El desarrollo de este trabajo de investigación se presenta para poder determinar los costos operativos y la rentabilidad en la Asociación de ganaderos del mercado Vinocanchón en el distrito de San Jerónimo, este estudio fue justificada a su conveniencia, ya que vuelve a caer en obligación de reconocer las variables y las probabilidades fundamentales que van en conjunto con el costo operativo y la rentabilidad de la asociación, lo cual tiene que ir de la mano con un adecuado control contable, de tal forma habiendo actividad clave para poner en marcha otras actividades que mejoren y den garantía de la información, para poner en funcionamiento las acciones competentes. Igualmente fue justificada por su importancia social, porque fue de mucha importancia para los comerciantes ganaderos de los distintos mercados mayoristas del país, siendo elemento de estudio, siendo de la misma forma otras entidades a fines, que se distinguan con convicción las falencias que acoge el mal control contable como son costos fijos y costos variables para tener un mejor entendimiento de la rentabilidad. Por otro lado, fue

determinada por su valor teórico, por su adaptación de comentarios, entonces el control y los procedimientos, de tal modo por la interpretación de las variables, el propio que colaboro para dar un resultado a las metas. A sí mismo, la investigación fue justificado por su repercusión práctica, ya que su desarrollo fue favorable gracias al apoyo de los comerciantes ganaderos del mercado mayorista de Vinocanchón quienes responderán las encuestas, en este caso su aporte es en el desarrollo de las buenas prácticas, de la misma forma a la interpretación de resultados infalibles que están sujetos a un alcance significativo. Por otra parte, ha sido justificado por su conveniencia metódica, en este sentido se precisó la aplicación de procesos metódicos para su respectivo desarrollo, por otro lado, la delineación y la adaptación de los instrumentos están situados a recopilar datos fundamentales para el desarrollo del análisis.

## CAPÍTULO II

### MARCO TEÓRICO

#### 2.1 Antecedentes de la Investigación

##### 2.1.1 Antecedentes Internacionales

a) La autora Ramos Villaran, (2014) con la tesis titulada “Sistema de costos y la rentabilidad en la microempresa de fabricación de bloques en el sector de la Cangahua provincia de Cotopaxi”, que obtiene el grado de Contador Público, de la Universidad Ambato, y que llegó a las siguientes conclusiones:

En la investigación se pudo evidenciar que el 100% de las microempresas fabricantes de bloques del sector de la Cangahua no poseen un control adecuado de los elementos del costo; y, por lo tanto, no existe una distribución correcta en el costo de los productos; además, estas microempresas se basan en la competencia para estimar sus costos.

El cálculo del Margen Bruto dentro de los índices de rentabilidad es un factor muy importante para la toma de decisiones; ya que, se pueden hacer negocios de manera más eficiente porque se tiene un mejor panorama de cuánto se desea obtener de ganancia en las ventas. Sin embargo, se pudo evidenciar que estas microempresas no tienen claro realmente la rentabilidad que le generan sus productos, esto se debe a que simplemente se basan en la experiencia que cada uno tiene en el negocio de la fabricación de bloques y por tanto sus productos son vendidos según lo determinado por la competencia y el medio en el que se genera su actividad económica.

Estas microempresas realmente necesitan de un sistema de costos que se ajuste a sus necesidades y a su tipo de negocio, con la finalidad de que los propietarios tengan conocimiento técnico y amplio del costo de sus productos.

b) El autor Salinas Bonilla, (2015) con la tesis titulada “Los costos de producción y su efecto en la rentabilidad de la plana fibra de vidrio de Cepolfi Industrial CA de la ciudad de

Ambato”, Ecuador. Obteniendo el grado de Ingeniero en Contabilidad y Auditoría, de la Universidad de Técnica de Ambato y llegó a las siguientes conclusiones:

Esta empresa presenta un inadecuado sistema de costos, pues sus controles no son buenos ni ordenados y la generación de la data e información obtenida no permite la adecuada determinación de la rentabilidad real.

La asignación de precios por parte de la empresa, está basada en reglas de la administración, podemos indicar que este tipo de toma de precios no tiene un sustento técnico lo cual es inadecuado, empírico e imaginario el sistema de costeo que se realizó.

La administración de la empresa considera que es muy importante y necesario la realización de la estructura de los costos, en tal sentido seguir innovando servirá para mejorar la forma de costeo así mismo la rentabilidad.

### **2.1.2 Antecedentes Nacionales**

a) El autor Vargas Alfaro, (2016) con la tesis Titulada “Implantación de un sistema de costos por procesos y su efecto en la rentabilidad de la empresa alpaca Color S.A., obtiene el grado de Contador Público, de la Universidad Autónoma del Perú, llegó a las siguientes conclusiones:

Realizando el diagnóstico de la empresa Alpaca Color S.A. se comprobó que no cuenta con un sistema de costos que le permita calcular los costos en los que incurren para fabricar, elaborar sus productos. También se observó que la empresa Alpaca Color S.A. utiliza un control de costos de producción de manera empírica, debido a la falta de métodos implementados para cubrir dicho objetivo. Es por ello que la información procesada a veces es inexacta.

La falta de control tanto de los inventarios como del proceso de producción ocasiona una serie de limitaciones, pues al no realizarse inventarios físicos ocasiona que tengan faltantes o sobrantes. Tampoco se tiene un control del proceso de producción a través de la hoja de costos, para poder procesar de manera exacta el total de costos que permita posteriormente,



determinar los costos unitarios. Por otro lado, la empresa Alpaca Color S.A. no cuenta con un personal capacitado para la determinación de los costos de la empresa.

La implementación de un sistema de costos por proceso permite mejorar la toma de decisiones ya que se obtiene información oportuna y real de los costos incurridos y por lo que la implementación de un sistema de costos por proceso permitirá a la empresa por un lado simplificar el cálculo de los costos unitarios y mejorar positivamente su rentabilidad.

b) La autora Meza Martinez, (2014) con la tesis titulada “La gestión estratégica de costos en la rentabilidad en las empresas de ensamblaje e instalación de ascensores en Lima metropolitana años 2014, que obtuvo el grado de Contador Público, de la Universidad San Martín de Porres, llegó a las siguientes conclusiones:

Se ha determinado que las empresas de ensamblaje e instalación de ascensores han elaborado su plan estratégico y financiero al inicio del ejercicio económico, pero con ciertas deficiencias, por lo que no se ha podido evaluar, identificar, medir y controlar el riesgo financiero dentro de la empresa.

Por la falta de estrategias competitivas en cada uno de los procesos de la gestión de la empresa, no se ha logrado los resultados esperados; y aún más las empresas no han implementado la técnica de la cadena de valor para mejorar en forma global sus actividades.

La mayoría de empresas están muy arraigadas a aplicar los indicadores tradicionales en vez de aplicar instrumentos actuales como el valor económico agregado, que es un indicador de medición de la rentabilidad y ese es uno de los motivos por lo que no se han tomado las correctas decisiones estratégicas.

Las empresas de ensamblaje e instalación de ascensores cuentan con una gestión de costos, pero no han establecido un mecanismo estratégico ante un mercado competitivo, por ende, se ha obtenido resultados moderados y no han estado en constante crecimiento económico y financiero.

### **2.1.3 Antecedente Local**

a) Los autores García Holgado & Montufar Fernandez, (2016) con la tesis titulada “Determinación de los costos de posesión, operación y el nivel de rentabilidad de la empresa de Servicios García E.I.R.L periodo 2015” que obtuvieron el grado de Contador Público, de la Universidad Andina del Cusco y llegaron a las siguientes conclusiones:

1. La empresa de servicios García E.I.R.L. no cuenta con la información adecuada respecto al tratamiento de costos y sus influencias en la rentabilidad (Tablas N° 6, 7, 8, 9, 10); sus costos operativos son determinados de manera empírica y no tomando en cuenta costos que directamente afectan el nivel de rentabilidad, el cual es sobreestimado e inexacto debido a la falta de determinación de costos operativos según norma.
2. La estructura de costos ideal para la empresa de servicios García E.I.R.L. se compone esencialmente por los costos de operación y costos de posesión los cuales están explícitos en base a horas máquina; así mismo está compuesta por los gastos administrativos del cual su tratamiento ya está distinguido (Tabla N°33).
3. Como se aprecia en la Tabla N°34 en el periodo 2015 refleja una rentabilidad empírica de s/. 257,200.00 (Tabla N°21) sin embargo a partir del análisis y sistema de costeo aplicado vemos que la rentabilidad establecida técnicamente es s/. 54,535.00 (Tabla N°33) por lo tanto existe una diferencia de 372% de la rentabilidad empírica frente a la rentabilidad técnica.

## **2.2 Bases Legales**

### **2.2.1. Ley de Mercados Públicos**

LEY N° 30642

El presidente de la república por cuanto:

La comisión permanente del congreso de la república;

Ha dado la Ley siguiente:

Ley que modifica el artículo 3 de la ley 26569 que establece mecanismos aplicables a la transferencia de puestos y demás establecimientos y/o servicios de los mercados públicos de propiedad de los municipios.

La presente ley tiene por objeto ampliar excepcionalmente los plazos establecidos para el inicio de las obligaciones asumidas, en el proceso de privatización de mercados públicos, realizados al amparo de la Ley 26569; aplicable a los conductores de los puestos y demás establecimientos y/o servicios de los referidos mercados, que hayan sido damnificados por la presencia de fenómenos naturales y/o incendios. (El Peruano, 2017)

### **2.2.2. Ley N° 31075**

El presidente de la república

Por cuanto el congreso de la república;

Ha dado la Ley siguiente:

Ley de organización y funciones del ministerio de desarrollo agrario y riego.

#### Artículo 1.- Objeto de la Ley

Establecer la naturaleza jurídica, en el ámbito de competencia, las funciones y la organización básica del Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego.

#### Artículo 2.- Cambio de denominación

A partir de la vigencia de esta ley, el Ministerio de Agricultura y riego se denomina Ministerio de Desarrollo Agrario.

#### Artículo 5.- Ámbito de competencia del Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego:

El Ministerio de Desarrollo Agrario y riego ejerce competencia en las siguientes materias:

- a) Tierras de uso agrícola y de pastoreo, tierras forestales y tierras eriazas con aptitud agraria.
- b) Agricultura y ganadería.
- c) Recursos forestales y su aprovechamiento sostenible.

- d) Flora y fauna silvestre.
- e) Sanidad, inocuidad, investigación, extensión, transferencia de tecnología y otros servicios vinculados a la actividad agraria.
- f) Recursos hídricos.
- g) Riego, infraestructura de riego y utilización de agua para uso agrario.
- h) Infraestructura agraria.

El poder ejecutivo promulgó la Ley 31075 de Organización y funciones del Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego, y como principal tarea reconocer la importancia de la Agricultura familiar, que representa el 97% del total de 2,2 millones de unidades agropecuarias.

El Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego del Perú, fue creado mediante Ley 9711 el 2 de enero de 1943 y su función principal es la preocupación del sector agrario en el Perú. Su organización está conformada de la siguiente manera:

- Ministro de Desarrollo Agrario y Riego
- Viceministro de Desarrollo e Infraestructura Agraria y Riego
  - Dirección General de Políticas Agrarias
  - Dirección General de Seguimientos y Evaluación de Políticas
  - Dirección General de Articulación Intergubernamental
- Viceministro de Políticas agrarias:
  - Dirección General Agrícola
  - Dirección General de Ganadería
  - Dirección General de Asuntos Ambientales
  - Dirección General de Infraestructura Agraria y Riego

**a. Dirección General de Ganadería.** La Dirección general de Ganadería es un órgano de línea del Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego, se encarga de promover el desarrollo

productivo y comercial sostenible de la ganadería y con valor agregado, inclusión a los mercados nacionales e internacionales.

Funciones:

- a) Identificar las oportunidades de mercados actuales y los potenciales para la oferta de los productos ganaderos, incluyendo los camélidos sudamericanos domésticos.
- b) Promover y articular la oferta de los productos ganaderos, así como también los camélidos sudamericanos, con valor agregado, de manera competitiva y sostenible, para poder facilitar su acceso a los mercados nacionales e internacionales, esto en coordinación con los sectores competentes.
- c) Promover oportunidades de inversión para el desarrollo de la oferta de productos ganaderos y camélidos sudamericanos domésticos, con valor agregado.
- d) Propiciar condiciones para las inversiones y flujo de capitales en el desarrollo de la actividad ganadera, incluyendo los camélidos sudamericanos.
- e) Promover el acceso a los servicios que brindan los sistemas financieros y de seguros para el desarrollo de productos ganaderos, incluyendo los camélidos sudamericanos domésticos, con valor agregado y de forma competitiva.
- f) Facilitar la prestación de agentes económicos, propiciar alianzas, celebrar contratos, en el marco de sus competencias.
- g) Facilitar la prestación de servicios privados entre los agentes económicos que intervienen en la actividad ganadera, incluyendo a los camélidos sudamericanos domésticos.
- h) Promover la organización de los agentes económicos y las cadenas productivas, en el ámbito de la actividad ganadera, incluyendo a los camélidos sudamericanos domésticos.
- i) Articular la oferta de servicios públicos de productos ganaderos y los camélidos sudamericanos domésticos, con valor agregado a través de programas, proyectos

especiales, centros regionales de innovación agro empresariales y los organismos públicos adscritos al Ministerio, así como también los gobiernos regionales y locales, en el mercado de sus competencias.

- j) Ejercer las funciones de Unidad Formuladora, en el marco del Sistema Nacional de Programación Multianual y gestión de inversiones; así como promover la participación de los programas, proyectos especiales y organismos públicos adscritos al Ministerio, los gobiernos regionales y locales en la formulación y ejecución de proyectos de inversión para el desarrollo productivo ganadero, incluyendo los camélidos sudamericanos.
- k) Conducir la supervisión y evaluación de la gestión técnica de los programas y proyectos especiales del Ministerio en Materia de desarrollo productivo y comercial de la actividad ganadera a través de un sistema de indicadores.
- l) Evaluar las solicitudes de registro de cooperativas Agrarias, vinculadas a la actividad ganadera incluyendo a los camélidos sudamericanos domésticos, en coordinación con la Dirección General Agrícola, en el marco de sus competencias.
- m) Proponer, diseñar y elaborar el Plan de asistencia técnica, capacitación y asesoramiento a los(as) pequeños(as) productores(as) ganaderos(as), incluyendo a los camélidos sudamericanos domésticos en coordinación con los Gobiernos Regionales, para promover la conformación de las Unidades Productivas Sostenibles.
- n) Promover la identificación de las brechas de atención o carencias en la prestación de los servicios públicos e infraestructura pública, para articular el diseño de la intervención integral del Estado, que facilite la generación de negocios ganaderos, incluyendo los camélidos sudamericanos domésticos.

- o) Emitir opinión sobre las solicitudes de acogimiento al Régimen Especial de Recuperación Anticipado del IGV (impuesto general a las ventas), en el marco de sus competencias.
- p) Participar en la elaboración de los lineamientos de política del servicio de extensión agropecuaria, en el marco de las políticas sectoriales.
- q) Proponer planes, estrategias y normas para el desarrollo de la oferta de los productos de la actividad ganadera y con valor agregado, incluyendo los camélidos sudamericanos domésticos.
- r) Fomentar, en el marco de sus competencias, la inversión privada, el acceso a los mercados nacionales e internacionales, en coordinación con el Sector Comercio Exterior y Turismo y demás sectores competentes, cuando corresponda.
- s) Expedir resoluciones en los asuntos que le corresponda conforme a la normatividad vigente.

***i. Grupos de trabajo de la Dirección General de Ganadería.***

- Mesa técnica para el desarrollo del Sub Sector Ganadero 2017-2027: con Resolución Ministerial N° 296-2017- MINAGRI, encargado de evaluar intercambiar propuestas de desarrollo estratégico de la ganadería nacional y de gestión de la DGG y servir como canal de comunicación con las diferentes cadenas productivas ganaderas en el país. Teniendo como instrumento orientador al Plan Nacional de Desarrollo Ganadero 2017-2027.

Las funciones de la mesa técnica son: evaluar las propuestas de desarrollo de las cadenas productivas ganaderas, ofrecer oportunidades para la mejora en la gestión y del marco normativo promotor del desarrollo ganadero e intercambiar información especializada sobre tendencias de desarrollo de la ganadería, también elaborar propuestas de desarrollo y de gestión.

- Comisión Sectorial denominada ‘Comisión de implementación del Plan Nacional de Desarrollo Ganadero 2017-2027’ se encarga de supervisar y proponer medidas tener mejor y más eficiente implementación de Plan Nacional de Desarrollo Ganadero.

Sus funciones son: coordinar la inclusión y desarrollo de las actividades en los planes operativos y estratégicos multianuales, enmarcadas en el PNDG 2017-2027; así como, en los órganos, unidades orgánicas, proyectos especiales, programas y otros organismos públicos que estén adscritos al Ministerio de Agricultura y Riego, ora de las funciones es gestionar el apoyo de otros sectores públicos y privados que puedan vincularse a las actividades relacionadas y complementarias a la ganadería.

La Dirección General de Ganadería tiene como instrumento de gestión al Plan Nacional de Desarrollo Ganadero 2017-2027, este documento fue elaborado a través de un proceso participativo y de consenso a nivel nacional que fue aprobado por Resolución Ministerial N° 297-2017-MINAGRI.

**ii. *Plan nacional de Desarrollo Ganadero 2017-2027.*** Fue creado para impulsar la actividad ganadera, apoyar y dar soporte a los peruanos en el desarrollo ganadero del país, puesto que es muy importante para los productores que se dedican a esta actividad. Este documento brinda estrategias que son basadas en la experiencia de tendencias en el mundo, y busca mejorar la calidad de sus productores, así como también el de apoyar y fomentar el emprendimiento en la crianza de ovinos, vacunos, camélidos y demás animales menores de calidad y así se llegue a generar ingresos para muchas familias en el país.

El gobierno, por medio de la Dirección General de Ganadería impulsará y apoyará en la comercialización de productos de la ganadería, así como también en la extensión y apertura de mercados locales, nacionales, e internacionales, de esa manera se podrá mejorar la situación económica de los productores para tengan mejores condiciones de vida, con el trabajo y producción rentables. También se ha decidido impulsar la ganadería sostenible, estas



comprenden desde la alimentación, sanidad, infraestructura, el manejo y la mejora en la gestión. Esto con el apoyo del Programa Nacional de Pastos y forrajes que promueve la recuperación de las praderas nativas y de la siembra de pastos cultivados para mejorar la calidad y la producción de la actividad ganadera.

Uno de los organismos públicos adscritos es el SENASA (Servicio Nacional de Sanidad Agraria) SENASA, el servicio nacional de sanidad agraria es un organismo público técnico especializado adscrito al Ministerio de agricultura con autoridad oficial en materia de sanidad agraria, calidad de insumos, producción orgánica e inocuidad agroalimentaria.

El servicio nacional de sanidad agraria SENASA es encargado de prevenir, combatir cualquier enfermedad o plaga de origen animal y vegetal que sean perjudiciales a la salud pública. Asimismo, el SENASA mejora la posibilidad de controlar el estado sanitario de productos y subproductos de origen animal y vegetal haciendo posible el transporte y almacenaje y mantenimiento de dichos productos para su comercialización.

Sanitario del Faenamiento de animales de abasto Decreto Supremo N° 015-2012-AG.

El objeto de este reglamento es regular y establecer las especificaciones técnicas sanitarias referidas al faenado de los animales de abasto y su finalidad es la de contribuir con la inocuidad y sanidad de los alimentos de producción primaria destinados al consumo humano y la eficiencia del faenado, fortaleciendo de esta manera al desarrollo ganadero nacional.

En el ámbito de aplicación es en el territorio nacional, este reglamento establece normas de orden público de aplicación para toda persona natural o jurídica ya sea privada o pública que intervenga directa e indirectamente en las actividades que realizan en los mataderos como el faenado de los animales de abasto, carne, menudencias, carcasa y también en el procesamiento primario, el almacenamiento y la comercialización.

Todo matadero debe implementar y desarrollar los Procedimientos Operativos Estandarizados de Saneamiento – POES de acuerdo con el Anexo 5 y demás disposiciones que

establezca el SENASA, a fin de reducir al máximo la contaminación directa o indirecta de la carcasa, carne, menudencias, derivados de las especies faenadas de esta manera asegurando la limpieza y desinfección de las instalaciones, materiales y equipos, superficies de contacto antes durante y después de las operaciones. (Ministerio de desarrollo agrario y riego , s.f.)

## **2.3 Bases Teóricas**

### **2.3.1 Concepto de Costo**

El costo está representado por la suma de los recursos expresados en términos monetarios que se invierten para poder producir un bien o prestar un servicio que genere beneficios económicos futuros y éste se recupere en el momento de la venta de los productos o servicios.

La contabilidad de costos es un sistema de información empleado para calcular, acumular registrar, controlar, analizar, interpretar e informar todo lo relacionado con los costos de producción, venta, administración y financieros. (López & Gómez, 2018)

El costo se define como las erogaciones y causaciones que son efectuadas en el área de producción, necesarios para fabricar un artículo o prestar un servicio, cumpliendo así con el desarrollo del objeto social propuesto por la empresa y debe generar un beneficio económico futuro. Los costos generan un beneficio económico futuro, ya que como toda inversión tienen que recuperarse y ser potenciales generadores de ingresos. (García, 2013)

Los costos son la herramienta básica para la asignación de los recursos a la producción de un bien o la prestación de un servicio. Si bien es cierto que todo producto para que sea transformado requiere de tres elementos básicos como lo son la materia prima, la mano de obra y los costos generales de producción, también es cierto que se hace necesario la cuantificación de cada uno de ellos para poder determinar el costo total y costo unitario en la producción del bien o la prestación del servicio, mediante la creación de bases metodológicas que permitan la consecución de estos costos.

El costo es inventariable al bien o al servicio que se ofrece, por lo tanto, están en capacidad de generar un beneficio futuro. Al momento en que se vende el bien o el servicio se recupera la inversión realizada en ellos. (Quijano T. d., 2009)

Los costos son la herramienta básica para la asignación de recursos en el proceso de producción, para que se haga posible dicho proceso o etapa de producción, es necesario que los elementos del costo de producción participen y por ello es importante cuantificarlos para así determinar el costo unitario y el costo total en la producción de bienes o prestación de servicios de esta manera tomar mejores decisiones y obtener mayores resultados como es la rentabilidad en el negocio. Dentro del este proceso de producción, consumo o utilización de factores que generan la creación de costos, se incorporan el pago a los trabajadores, y demás gastos relacionados con la actividad económica como servicios de publicidad, compra de materiales, marketing, entre otros.

Los gastos son considerados como recursos no recuperables y se relacionan con las actividades de vender o administrar el bien o el servicio, los gastos tienen la capacidad de reducir las utilidades porque afectan directamente al estado de resultados.

Los costos representan erogaciones y cargos asociados clara y directamente con la adquisición o la producción de los bienes o la prestación de los servicios, de los cuales un ente económico obtendrá sus ingresos.

De acuerdo con su identificación con una actividad, departamento o producto:

#### Costo directo

Es el que se identifica plenamente con una actividad, departamento o producto.

#### Costo indirecto

Es el que no se puede identificar con una actividad determinada. (Asturias Corporación Universitaria, 2017)

Se define costo como la erogación económica que se hace para obtener un bien o un servicio, con la intención de que genere ingresos o beneficios en el futuro. Mientras que el gasto es un costo que ha producido ingresos o beneficios y que ya no es vigente. De acuerdo a esta definición, el costo equivale a una inversión mientras que el gasto representa el costo expirado empleado para alcanzar el resultado esperado. Por tanto, podemos observar que los costos o inversiones siempre están presentes en el balance general de una empresa mientras que los gastos hacen parte de su estado de resultados.

De acuerdo con su identificación con una actividad, departamento o producto, se dividen en:

**Costos Directos:** son los que se identifican plenamente con una actividad, departamento o producto. Ejemplo, la materia prima directa y la mano de obra directa y los costos directos de tecnología, los cuales se relacionan directamente con el producto. El salario del director de ventas, costo que se identifica directamente con el departamento respectivo.

**Costos Indirectos:** son los costos que no podemos identificar con una actividad determinada. Por ejemplo, la depreciación de maquinaria, el alquiler del edificio de planta y oficinas, el salario del director de producción respecto al producto. Algunos costos presentan características duales, es decir, son directos e indirectos al mismo tiempo. El sueldo del director de producción es directo con relación al departamento, pero indirecto con relación al producto. Como vemos, todo depende de la actividad que se esté realizando. (Yermanos & Correa, 2011)

Costos Directos son específicamente identificables con un objetivo final de trabajo que directamente promueve la misión de una organización. Se han incurrido en ellos al fomentar la misión de una organización y se los encuentra frecuentemente como costos de actividades directas en: un proyecto, un servicio que una organización realiza para generar ingresos, o alguna otra actividad directa de la organización.

Costos Indirectos son costos en común - costos conjuntos - que no son fácilmente identificables con objetivos finales. Los costos indirectos benefician - aunque indirectamente - a los financiadores que trabajan con la organización. Son ejemplos de costos indirectos: el costo de la gerencia, las funciones de investigación y desarrollo, costos de oficina, TICs<sup>2</sup>, costos financieros, costos administrativos, de personal y capacitación. (Ortiz & Rivero, 2006)

La importancia de los costos radica en que se logra determinar, medir, cuantificar, controlar la materia prima, mano de obra y los costos generales de producción y así establecer bases para fijar los precios y conocer con mayor precisión la rentabilidad. (Contabilidad de costos, 2009)

El costo es el valor monetario que se asigna por el consumo de los factores de producción en la fabricación o elaboración de un producto, en un proceso de producción o en la prestación de servicios que una empresa destina para llevar a cabo la operación de sus actividades. Este hecho y el cambio que se realizan en los procesos de producción con el objetivo de obtener resultados óptimos dan lugar al concepto costos que conocemos en el ámbito productivo y de la economía. Una adecuada contabilización de costos es muy importante en el momento de establecer proyectos empresariales y sus objetivos futuros. (Sanchez Galan, 2017)

El costo, también llamado coste o desembolso económico, es el gasto económico generado por la elaboración o fabricación de bienes y/o prestación de servicios. Este concepto contiene la compra de insumos, materiales, el pago de la mano de obra de los trabajadores, los gastos en la producción, gastos administrativos, y entre otras actividades y operaciones que hacen posible el proceso productivo.

Se hace referencia también a todas las inversiones que se han realizado para la producción de bienes o la prestación de servicios, puesto que espera que se generen utilidades

para la empresa. La empresa obtendrá utilidades cuando sus ingresos sean mayores a los costos de producción.

Los costos tienen como objeto hallar, cuantificar, medir, determinar lo que cuesta vender, administrar, financiar un bien o un servicio y estos a su vez pueden ser los costos de ventas, costo de administración, costo de distribución y costos financieros. Entonces podemos decir que los costos de operación son aquellos gastos necesarios y asociados para mantener en pie un negocio.

El modo de calcular los costos de operación de una empresa comercial, industrial o de servicios puede variar de acuerdo al tipo de giro del negocio que se realice. (La Gestión, 2018)

**a. Costes Operativos.** Los costes operativos, también conocidos como costes de operación o costes operacionales, son el tipo de costes en los que incurren las empresas comerciales, industriales o de servicios para el desarrollo de la propia actividad del negocio. Algunos de los ejemplos de costes operativos son la compra o adquisición de suministros, alquiler de locales, pago a los trabajadores, comisiones, publicidad, servicios de telefonía, electricidad etc.

El concepto de costes operativos son muy importante conocerlos puesto que representa a un tipo de costes a los que prácticamente todas las empresas deben hacer frente, desde los negocios y empresas más pequeñas hasta las grandes empresas como las multinacionales.

Para asegurar y garantizar la buena operación o la puesta en marcha de una empresa ya sea comercial, industrial, o de servicios, es necesario incurrir en una serie de costes para que el desarrollo de la actividad se realice de manera correcta y adecuada. Dentro de estos costes, encontramos dos tipos de costes operativos:

Los costes operativos de una empresa, por tanto, son aquellos en los que incurre una empresa una vez que se realice la inversión inicial y por ende contienen los gastos operativos y

de mantenimiento. Es decir, los que se dan en el desarrollo y funcionamiento de la actividad del negocio.

Los costes operativos de una empresa se generan cuando la actividad del proyecto empresarial o negocio esté en plena operación, funcionamiento y desarrollo. En el momento que el negocio finalizara su actividad, este tipo de costos como es razonable dejarían de funcionar o producirse, entonces ya no se tendría personal a quienes pagar, ni materiales de oficina u otros suministros, tampoco nos haría falta un local donde desarrollar las actividades y por lo tanto no se pagaría más los alquileres. Entonces, como su propio nombre nos indica, los costes operacionales se dan mientras esté en marcha una operación, actividad o una marcha en el negocio. Entonces en el momento que cesa, acaban también con ella dichos costos. (Nuño, *Emprendepyme.net*, 2017)

Los costos operativos son aquellos costos en los que incurren las empresas para el desarrollo u operatividad de la propia actividad del negocio como el pago a sus trabajadores, pago de alquileres, compra de materiales, suministros, así como otros que se utilicen y sean necesarios dentro del giro del negocio que se requieran.

También son los gastos económicos en las que las empresas comerciales, de servicios o industriales asumen por sus operaciones y actividades del negocio, entonces al hablar de costos operacionales u operativos estamos hablando de recursos que son utilizados y consumidos en la actividad económica.

Con el costo operacional podemos determinar el estado de viabilidad en el que se encuentra el negocio, también podemos tener una referencia para poder medir las ganancias y de esta manera obtener un aproximado del punto de equilibrio de la empresa, también este costo operacional es considerado en el cálculo del ROI “Return of Investment” llamada también retorno de la inversión, que es un tipo de medida que se utiliza para evaluar el rendimiento de

una inversión en particular o también para conocer y entender cuál fue el retorno generado por una actividad, operación o acción específica de marketing en una empresa o negocio.

Por lo tanto, los costos operacionales determinan todos los recursos que se necesitan para sacar adelante un negocio, proyecto, o actividad económica. Siempre asociaremos los costos a los ingresos y al consumo de los factores de producción.

*i. Los diferentes tipos de costos operacionales en los negocios.* Se hace una clasificación en los costos operacionales, estos son conocidos como costos fijos y costos variables o semivARIABLES, estos surgen a lo largo del proceso de producción y en función de su naturaleza o consumo de los recursos, también encontraremos los costos industriales, de explotación y de la empresa.

**Tabla 1:**

**Tipos de costos operacionales**

Los costos variables	Son aquellos costos que pueden incrementar o disminuir en función de los volúmenes de producción, entonces son aquellos que sí tienen relación directa con el volumen de producción. Ejemplos de costos variables son materia prima, mano de obra, empaquetado, embalaje, comisión por las ventas, etc.
Los costos fijos	Son aquellos costos que permanecen siempre bajo cantidades iguales, establecidos, determinados y con independencia al nivel de producción o también que no tienen relación directa con el volumen de producción, se haya producido, vendido o no se haya realizado alguna actividad estas de igual forma tienen que ser pagadas. Ejemplos de costos fijos son alquiler de local, pago de sueldos, permisos municipales, servicio de agua, luz, internet, etc.

Nota. Contabilidad de costos (García Colín, 2008)



**Tabla 2:**  
**Tipos de costos**

Costo industrial	Son costos destinados a la producción para transformar materia prima en artículos terminados, también podemos decir que son aquellos costos necesarios para fabricar un determinado producto, este costo está relacionada en el campo de las empresas manufactureras y su objetivo es ser una herramienta útil para el control interno de las operaciones en la empresa, brindar información de control en la materia prima, mano de obra, otros costos indirectos y de esta manera competir en el mercado.
Costo financiero	Llamado también costo de intereses, se aplica cuando la empresa obtiene dinero de un tercero o alguna entidad financiera para el financiamiento de negocio, con ello podrá emplear en el proceso de producción, se caracteriza por su permanencia en el negocio, por ejemplo, al adquirir una máquina para la fabricación de productos, ya está directamente relacionada con el proceso de producción y por ende será considerado como coste financiero y que se tendrá que hacer frente por meses e incluso años.
Costo de explotación	Son aquellos costos que tienen por objeto determinar el costo de extracción o explotación de recursos.
Costo directo	Esta última categoría es la del costo directo, el cual se asocian directamente con el producto terminado o su elaboración, es proporcional al producto porque está directamente relacionado a la obtención, fabricación del producto o servicio en torno al cual gira la empresa, donde pueden ser mencionados, la mano de obra y el uso de las materias primas, porque tiene relación directa con la realización de productos o servicios que ofrece una empresa.

Nota. Contabilidad de costos (García Colín, 2008)

**ii. Fórmula para calcular los costos operativos.** El costo operacional suele medirse en base a una unidad de producto, bien o servicio. Incluirá el total de costos fijos en adición a los costos variables para después ser divididos en base al número de cantidades totales que se han producido. Y lo representamos en la siguiente ecuación.

Ecuación (1)

$$C_U = \frac{C_F + C_V}{Q}$$

Dónde:

- Cu: costo operativo por cada unidad.
- Cf: costo fijo.
- Cv: costo variable
- Q: número de cantidades totales producidas.

*iii. Costos operacionales de los equipos.* Al hablar de equipo se entiende al equipo de trabajo, trabajadores, cuerpo de trabajadores, también se incluyen materias como publicidad, marketing, adquisición de materias primas, gastos inmobiliarios o los gastos en las que se incurre en el mantenimiento de las oficinas, de los seguros, etc.

Entonces se tendrá mejor conocimiento de que la empresa obtendría mejores resultados económicos en la medida que los costos operacionales se disminuyan o reduzcan. (Gascó, 2019).

Los costos operativos están conformados por aquellos gastos asociados a la operatividad, funcionamiento de las empresas en el día a día. Estos gastos incluyen todos los costos para operar y/o estar en funcionamiento la empresa.

Entonces el costo operativo también se divide en dos categorías principales: mantenimiento y administración.

### **Tabla 3:**

#### **Categorías de costos en función o base al funcionamiento**

Costos de mantenimiento	Estos costos están relacionados más con el producto (fabricación, mantenimiento y mejoras) por las tareas realizadas para conservar, restaurar un bien o producto a un estado específico.
Costos de administración	Son aquellos costos que se ocupan de los archivos, documentación, el personal y/o empleados (nómina, contabilidad y gastos bancarios, alquiler de local, etc.). Son necesarios para realizar trámites, movimientos y tomar decisiones internas.

---

Nota. Tamara Gascó (2019) Categorías en base al funcionamiento.

Además, los costos operativos pueden ser divididos en otras categorías de remolque: costos fijos y costos variables. Sus costos o gastos de reparación no cambian independientemente de cómo se desempeñe su empresa o de las unidades vendidas de los productos. Un claro ejemplo de costo fijo es del alquiler de local, pues aquí no tomamos en cuenta las cantidades producidas, ni las ventas del producto en el mes, el costo del alquiler de local en la que funciona el negocio seguirá siendo el mismo mes a mes.

El costo variable es el que está afecto a muchas modificaciones, cambios, variaciones dependiendo del desempeño del negocio que se realice. En general, es importante controlar, mantener reducidos o minimizar los costos de operación y conocer su costo de operación en las que se incurre para que así se sepa cuánto de ingresos necesita su negocio para que esta sea rentable y así permanezca en el tiempo. (Storyboardthat, s.f.)

**b) Costos de Mantenimiento.** Según la Real Academia Española, define al término mantenimiento como “el conjunto de operaciones y cuidados necesarios para que las instalaciones, edificios, industrias, etc., puedan seguir funcionando adecuadamente”.

Los costos de mantenimiento son un servicio con dinero destinado a procurar que un activo siga operativo y con buen funcionamiento, porque al tener un negocio es importante considerar estos costos, para que los activos ya sea herramientas, máquinas, vehículos, instalaciones, construcciones y otros estén relacionados con la prevención o predicción de cualquier accidente, lesiones en los trabajadores, fallas o cualquier situación del mal manejo de estas, entonces los costos de mantenimiento nos ayudan a solucionar, a que estén en buenas condiciones y tengan capacidad operativa adecuada, así también se puede contribuir con el aumento de la mejora en la confiabilidad y tiempo de vida útil de funcionamiento.

Es imposible evitar los costos de mantenimiento, sin embargo, sí es posible reducir estos costos y/o gastos de manera que si se tiene un buen control se puede lograr alargar la vida útil de los equipos, disminuir las fallas, aumentar la seguridad y operación de los equipos y, sobre todo,

una reducción significativa. Para algunos gerentes, dueños de los negocios pueden considerar como una inversión en la protección de los equipos, maquinarias, otros como seguro de producción y también se puede considerar también como gastos, que son causados por las acciones que se ejecutan. Entonces los costos de mantenimiento son para conservar, restaurar los equipos, maquinarias, artefactos, así como también se encarguen del buen funcionamiento de los equipos, maquinarias o activos, instalaciones que utilizan las empresas.

**c) Costos ABC.** Costos ABC (siglas en inglés: Activity based costing o costos basados en actividades), es un método que nos ayuda a identificar los costos unitarios con mayor exactitud, buscando la relación existente entre los recursos consumidos y las actividades, esto se hará posible teniendo en cuenta los Cost-drivers conocido también inductores, generadores de costos o las unidades de medida de las actividades y los factores de costos que mejor expliquen sus comportamientos. Estas unidades de medidas y control son: recurso, inductor del costo, costo y actividad.

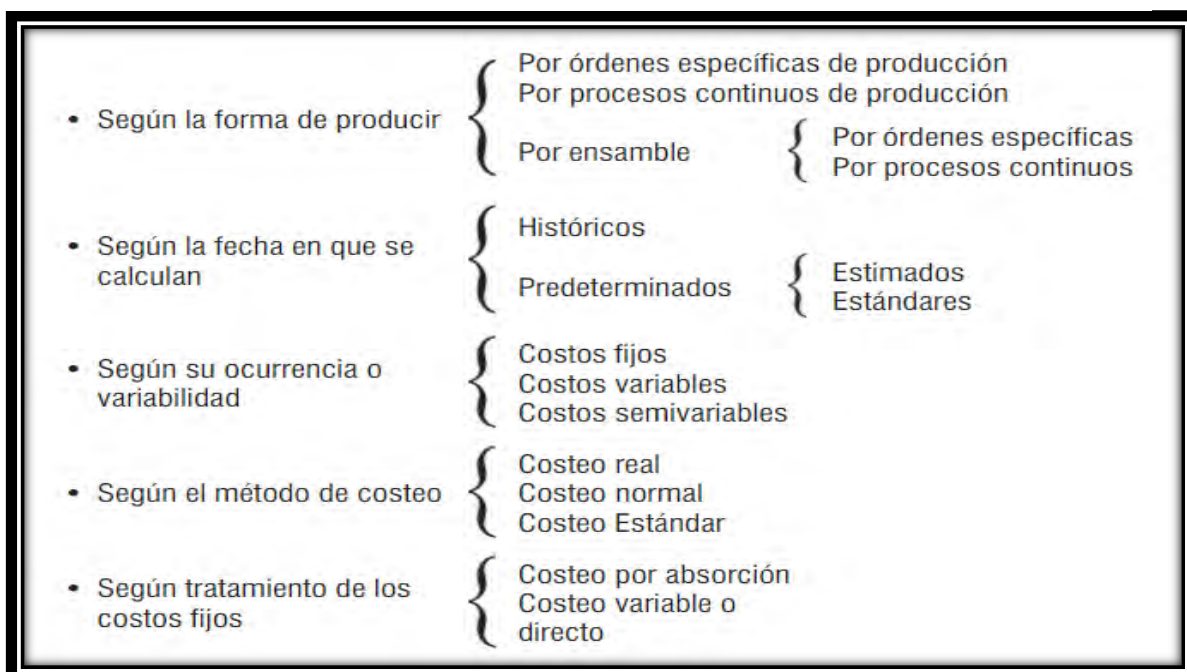
La filosofía ABC está basada en el principio de que la actividad es la causa que determina y genera la ocurrencia en los costos y que de los productos consumen actividades. Los costos ABC es una metodología que tiene como finalidad la de mejorar la asignación de recursos a los objetos de costo tales como productos, servicios, proveedores, clientes, etc. (Gómez, 2018)

**Importancia de los costos ABC.** En el siglo XIX entre los años 1820 y 1840 surge la época de la Revolución Industrial hecho donde surgieron transformaciones de naturaleza económica, social y tecnológica que dieron lugar a la reducción de la mano de obra puesto que fueron sustituidos por maquinarias. Los elementos del costo más destacados eran la mano de obra y la materia prima a dichos costos se le agregaba el costo indirecto de fabricación. Los costos ABC tiene como objetivo principal el de identificar y agrupar las actividades que originen valor en los productos y servicios. El costo indirecto de fabricación se refuerza más con el

avance de la de ciencia y tecnología. Entonces podemos decir que el costo por actividades identifica las actividades que se realizan en una empresa para luego determinar sus costos y rendimientos y también el modelo de costos ABC se caracteriza más por tener un enfoque gerencial que ayude a la mejor toma de decisiones estratégicas para obtener mayores beneficios y reduciendo los factores que no tengan valor. (Gómez, 2018)

**Sistema de costos.** El sistema de costos es un conjunto de procedimientos y técnicas que hacen referencia a la recolección, clasificación, registro, acumulación de datos que informan las operaciones dentro de un ente económico, que nos sirve para calcular el costo unitario de producir, transformar un producto o brindar un servicio, puesto que los elementos del costo están interrelacionados. También podemos decir que un sistema de costos nos ayuda a mejorar diversos aspectos del negocio teniendo buenas estrategias para optimizar los costos de producción, reducción o incremento de personal, adquisición de maquinarias, equipos de tecnología, adquisición de materia prima, materiales más económicos y por ende tendrá un mejor funcionamiento y rendimiento la empresa.

**Figura 1 Clasificación del sistema de costos**



Nota. Adaptado de *Sistema de costos*, por B. E. Polo García, 2013

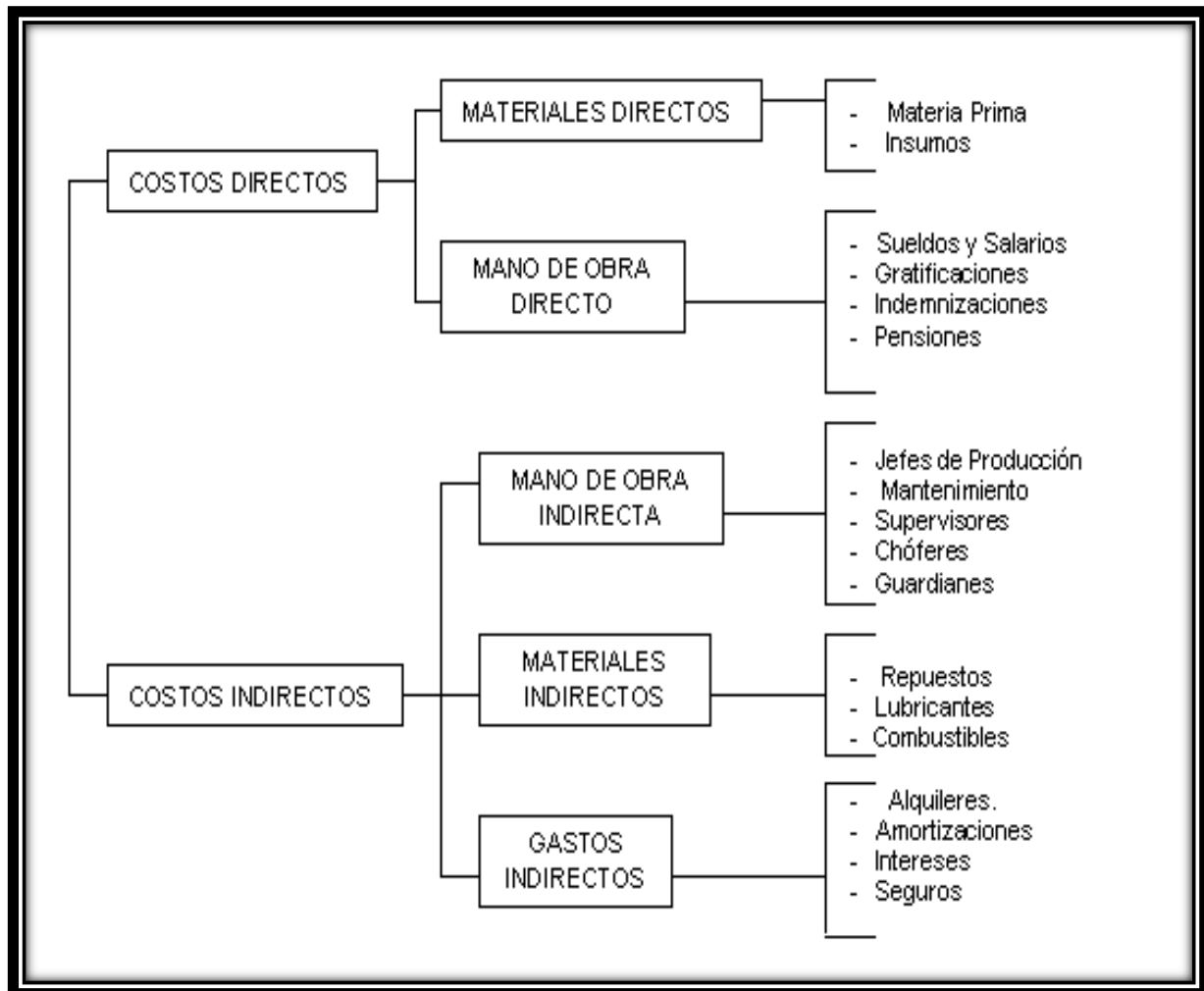
**b. Elementos del costo.** Es fundamental el uso o consumo de diferentes recursos que se emplean para el proceso, elaboración, producción, fabricación de bienes o prestación de servicios. El análisis de estos costos es necesario para la buena operatividad de la empresa, así también nos va a permitir optimizar recursos económicos, pudiéndose determinar entre diferentes alternativas cuál es la mejor, más eficaz, menos costosa para nuestra producción. Estos elementos son:

- **Materia prima:** tiene mayor importancia dentro del costo, puesto que es la esencia del producto, esto quiere decir que debe ser de fácil identificación en cada unidad de producto, es un elemento físico de consumo cuantificable que desea producir, transformar o modificar, en los procesos de producción. Entonces se puede medir, cuantificar, valorar, e identificar el costo de los materiales.
- **Mano de obra directa:** es el esfuerzo físico o mental que interviene en el proceso de producción o transformación de los materiales en productos terminados, se realizan funciones que pueden ser el manejo de las maquinarias, herramientas, así como la intervención manual, que están directamente relacionado con la fabricación del producto o prestación de servicio.
- **Costos indirectos:** denominados también costos indirectos de fabricación (CIF), gastos generales de fabricación o carga fabril. Son los demás costos necesarios para la fabricación de un producto. Son recursos que participan en los procesos y etapas de producción siendo estas el consumo de suministros, materiales indirectos, actividad no directa del personal con la producción del producto, uso de equipos, instalaciones y diversos servicios internos y externos, también son todos aquellos vinculados con el producto o bien que o servicio ofrecido, tales costos indirectos de fabricación no pueden ser identificados específicamente en los procesos de producción ni con los productos elaborados y fabricados. Los costos indirectos de fabricación no están implicados

directamente con la producción, tampoco se pueden medir proporcionalmente en el producto final, pero son necesarios para un buen funcionamiento de la producción.

A continuación, veremos un esquema de los elementos del costo en la siguiente imagen.

**Figura 2 Clasificación de elementos del costo**



*Nota.* Adaptado de *Sistema de costos*, por Polo García, 2013.

Es importante que todo emprendedor, empresario o cualquier persona que tenga un negocio deba conocer los costos de un producto o servicio para que pueda manejar, planear y tomar decisiones que ayuden a al mejor funcionamiento de la gestión y operación de las empresas.

**c. Fórmulas básicas del costo.** En la elaboración o fabricación de un producto y en la prestación de servicios son necesarios utilizar fórmulas para determinar los costos y de esa manera poder determinar sus ganancias, así como también determinar sus utilidades y tomar buenas decisiones en la empresa.

*i. Costo primo.* está comprendido por la suma de principales costos en los que se incurre para la fabricación de un producto o prestación de servicios. Estos costos se relacionan directamente con la producción es decir con la elaboración o fabricación directa de un producto. Entonces el costo primo se refiere al costo de la materia prima y al costo de la mano de obra.

Materia prima o materiales directos se refieren al costo de los artículos que son parte del producto terminado, ósea que se puede apreciar en el producto.

Mano de obra son los salarios, sueldos y los demás pagos que se la empresa hace a los trabajadores operarios para la producción, fabricación o prestación de servicios.

A continuación, la fórmula de para determinar el costo primo:

$$CP = MP + MOD$$

Dónde:

- CP: costo primo
- MP: materia prima
- MOD: mano de obra directa

*ii. Costo de conversión.* es llamado así porque transforma a la materia prima en productos terminados listos para su venta y la fórmula para calcular este costo es:

$$C de C = CMOD + CIF$$

Dónde:

- C de C: costo de conversión
- CMOD: costo de la mano de obra directa
- CIF: costos indirectos de fabricación



**iii. Costo total de productos en proceso.** está comprendido por la suma de los costos de producción y los costos del inventario inicial de productos en proceso y se resta el costo del inventario final y la fórmula es:

$$CTPP = C \text{ de } P + CIIPP$$

Dónde:

- CTPP: Costo total de productos en proceso
- C de P: Costo de producción
- CIIPP: Costo de inventario inicial de productos en proceso

**iv. Costo total de productos en proceso.** está comprendido por la suma de los costos de producción y los costos del inventario inicial de productos en proceso y se resta el costo del inventario final y la fórmula es:

$$CTPP = C \text{ de } P + CIIPP$$

Dónde:

- CTPP: Costo total de productos en proceso
- C de P: Costo de producción
- CIIPP: Costo de inventario inicial de productos en proceso

**v. Costo del producto terminado.** está comprendido por la sumatoria de los costos de producción más el costo del inventario inicial de productos en proceso, restándole el costo del inventario de final de productos en proceso, la fórmula es:

$$CPT = C \text{ de } P + CIIPP - CIFPP$$

Dónde:

- CPT: Costo del producto terminado
- C de P: Costo de producción
- CIIPP: Costo de inventario inicial de productos en proceso
- CIFPP: Costo del inventario final de productos en proceso

**vi. Costo de los productos vendidos.** o llamado también costo de ventas, este costo nos sirve para determinar cuánto nos valió producir un bien o servicio y su fórmula es:

$$CV = CPT + CIIPT - CIFPT$$

Dónde:

- CV: Costo de ventas
- CPT: Costo de producto terminado
- CIIPT: Costo del inventario inicial del producto terminado
- CIFPT: Costo del inventario final del producto terminado

**vii. Costo total de producción y ventas.** aquí está comprendido la sumatoria de los costos de los productos vendidos y los gastos de operación.

$$CTPV = CV + GO$$

Dónde:

- CTPV: Costo total de producción y ventas
- CV: Costo de ventas
- GO: Gastos operativos

**viii. Precio de venta.** para determinar el precio de venta debemos conocer el costo de un producto o servicio, tales están comprendidos el precio de compra de las materias primas, costo de la mano de obra con las horas dedicadas a la producción del bien o prestación de servicios y los demás gastos que están relacionados de manera indirecta a la producción.

Para determinar el precio de venta hay factores que inciden en el precio uno de ellos es: para tener rentabilidad el precio debe superar al costo, otro factor es que se debe considerar el precio de la competencia, saber qué precios están ofreciendo tus competidores si tus productos son semejantes, la calidad de tus productos, la atención al cliente, oferta, demanda, prestigio, bonos o descuentos que se hacen, etc. (Polo, 2013)

$$PV = CP\left(\frac{100}{100} - R\right)$$

Dónde:

- PV: Precio de venta
- CP: Costo de producción
- R: Rentabilidad o ganancia que se desea obtener con la venta del producto.

**Figura 3 Clasificación del costo**



Nota. Adaptado de *Contabilidad Administrativa* (p. 38), por D. N. Ramirez Padilla, 2008, McGrawHill.

En la clasificación de costos podemos apreciar que los costos se agrupan o clasifican en función a su comportamiento, esto nos sirve para conocer el adecuado funcionamiento de los costos en el proceso de producción y así tomar buenas decisiones, tener un adecuado control de los costos y también un buen control administrativo en la entidad o empresa.

### **2.3.2 Rentabilidad**

La rentabilidad está definida como aquella medida que se tiene de los fondos que intervienen en un negocio. Desde la perspectiva del análisis de la empresa a largo plazo es un aspecto fundamental que se debe tomar en consideración, puesto que lo más importante es asegurar su permanencia y desarrollo, además de ello el incremento de su valor.

Se puede identificar dos tipos de rentabilidad en una compañía, el cual tiene una relación de causa efecto. El primero es la rentabilidad del activo, el segundo es la rentabilidad del patrimonio. Si nos referimos al primer tipo, este es quien refleja el atractivo que tiene la empresa como tal, ello fuera de como este financiada.

Respecto al segundo tipo, este es quien refleja el atractivo para el dueño de la empresa, además que incluye dos riesgos que se corre por la posesión de la compañía, uno de ellos es el riesgo operativo y el otro es el riesgo financiero. (Montoya, 2009)

El análisis de la rentabilidad tiene la responsabilidad de orientarse a evaluar la capacidad de generar suscitar beneficios por cada unidad económica. Sin embargo, ello es bastante complicado, en especial para las empresas que son pequeñas, puesto que se tiene la posibilidad de que haya predicciones sobre la posibilidad de originar resultados para el futuro. A partir de este punto, refiriéndose al sistema de análisis integral, el objetivo que tiene de calcular la rentabilidad, inducirá en algún momento a tener problemas frente a los problemas de financiación. (López & Nevado, 2013)

Para obtener el resultado de rentabilidad se divide el beneficio alcanzado entre el capital requerido para obtener tal beneficio.

El propósito principal de la rentabilidad se ve perseguido por una política de precios en las compañías. En el caso de las empresas pequeñas, ellos enfocan su objetivo en la rentabilidad, mostrando cierta inclinación en las ventas, por lo contrario, las empresas que son

más grandes tienen como propósito buscar la rentabilidad de su capital. Ello debido a que las compañías pequeñas cuentan con un horizonte de planificación insuficiente a comparación de las grandes empresas. En un plazo bastante cercano se desea lograr la rentabilidad de las ventas, en un tiempo más largo se busca lograr una rentabilidad del capital. Por consiguiente, es frecuente que se establezca el propósito de precios, así como la rentabilidad de las ventas y las inversiones. (Rosa, Rondán, & Díez, 2020)

La rentabilidad es posible medirse en dos formas, con métodos simples y métodos complejos. Los métodos simples se orientan a utilizar los estados financieros, sin embargo, no toman en cuenta el valor del dinero ni del tiempo. Los métodos complejos si toman en cuenta el valor del dinero, así como también el tiempo, además tienen una gran aceptación en la iniciativa privada. (Cruz, Torres, Cruz, & Juárez, 2016)

La rentabilidad es un aspecto que es producto de un conjunto de actividades de operaciones, así como también la administración y el control, además debemos tomar en consideración que no se tienen ninguna solución para la rentabilidad de un negocio o incremento de los resultados, puesto que la actividad que conlleva es el resultado del conjunto de procesos periódicos, de cada uno de los servicios, de las horas, minutos, etc.

Cada procedimiento que es analizado, instaurado o controlado produce una rentabilidad, la cual es proporcional al número de veces que se genera ese procedimiento.

La postura mencionada es que produce inputs de rentabilidad en un negocio, ello a causa de que los procedimientos de un negocio son bastante comunes, además de que esta mejora que se tiene implantada en cada uno de los negocios contribuye a la rentabilidad del negocio desde ese mismo momento, e influye también a cada uno de los procesos futuros. (Rubert, 2018)

La diferencia que existe entre los ingresos y gastos es conocido como la rentabilidad, de igual forma el retorno sobre la inversión, el cual sirve de evaluación para la gestión

empresarial y se determina por medio de las ventas, activos y capital. De igual manera la rentabilidad es aquel confrontamiento de ingreso y gasto durante el periodo de la producción, también conocido como utilidades el cual se refleja como estado de resultados integrales. (Contreras & Diaz, 2015).

La capacidad o técnica de una empresa es conocido como la rentabilidad que produce un exceso partiendo de un conjunto de inversiones ejecutadas. Por consiguiente, se consolida que la rentabilidad es una concretización de un logro adquirido de algún modelo de actividad económica, el cual puede ser de una variación, de intercambio o de productividad, asumiendo que el excedente se manifiesta en la parte final del intercambio. (Daza, 2016).

Cuando la empresa tiene una capacidad de generar ingresos, por medio de recursos propios y/o terceros, la misma que acepta minimizar la duda ante alguna postura que se prolongue es conocido como la rentabilidad. La gerencia debe tomar decisiones referentes a la posición económica en la que se ubica la empresa de servicios, estudiando los índices financieros con la ayuda del progreso de las ratios de rentabilidad. Aquellos factores que afectan a la rentabilidad a tener bajos niveles son los costos elevados de producción, dichos resultados están relacionados con la mano de obra, materia prima y otros costos indirectos de fabricación, de igual forma retribuye a los altos costos tecnológicos y recursos humanos. Para solucionar el problema es imprescindible aumentar los ingresos, por medio de nuevas estrategias de venta con el fin de captar más clientes nuevos. (Zurita, Pucutay, Cordova, & Leon, 2019).

La rentabilidad tiene como indicador al rendimiento o lucrativo, los cuales sirven para cuantificar la efectividad administrativa de la empresa asimismo para controlar los gastos y costos, con el fin de convertir las ventas en utilidades. Desde la perspectiva del inversionista, lo primordial es analizar las aplicaciones de los indicadores y ver la manera de cómo se produce el retorno de los valores invertidos en dicha empresa. De igual manera la rentabilidad ejerce un

papel central en el análisis de los financieros. Esto ocurre debido a que para el accionista es el área de mayor interés y lo excedente por las operaciones garantiza el cumplimiento de las obligaciones logradas a corto y largo plazo. La finalidad de los índices de rentabilidad es medir el rendimiento de los recursos invertidos por dicha empresa. El ROA (rentabilidad operativa del activo) es el principal medidor de la rentabilidad, el cual representa la tasa de interés que produce los activos de la empresa. (Puente & Andrade, 2016).

**a. Rentabilidad económica.** La definición más técnica y sencilla de rentabilidad es el resultado de dividir el “beneficio obtenido” entre el “capital invertido”. La rentabilidad económica o ROI (Return On Investment) mide la capacidad que tienen los activos para obtener o generar el beneficio bruto. Hace referencia al beneficio de la empresa de todas las inversiones realizadas y por esto se denomina rentabilidad económica. Entonces cuando hablamos de rentabilidad económica, se refiere a un indicador que expresa las ganancias que una empresa obtiene de sus inversiones, es representado en porcentajes y se interpreta de esta manera, si la rentabilidad de la empresa en un año es del 10% nos indica que ha ganado 10 soles por cada 100 soles que se ha invertido.

Para determinar la rentabilidad económica de una empresa y conocer el rendimiento generado por cada unidad monetaria invertida se usa el ratio rentabilidad de los activos (ROA, return on assets en inglés) o llamado también ROI por su acrónimo en inglés de Return on Investment, este indicador es fundamental, porque calcula la rentabilidad del total de sus activos. El ROI nos permite saber si la empresa está usando de manera eficiente sus activos, también podemos decir que es el margen que obtenemos de la venta de un producto o servicio por las veces que lo vendemos.

La rentabilidad económica tiene por objetivo medir la eficacia de la empresa en la utilización de sus inversiones, comparando un indicador de beneficio (numerador del ratio) que el activo neto total, como variable descriptiva de los medios disponibles por la empresa para conseguir



aquellos (denominador del ratio). Llamando RN al resultado neto contable, AT al activo total y RE a la rentabilidad económica, tendremos que:

$$RE = \frac{RN}{AT}$$

#### Evaluación de la rentabilidad económica

Se compara el resultado generado por la empresa y ello con independencia de la procedencia de los recursos financieros, en relación con los activos utilizados en las actividades para el logro de los resultados.

$$\text{Rentabilidad económica} = \frac{\text{Resultado del periodo}}{\text{Activo total}}$$

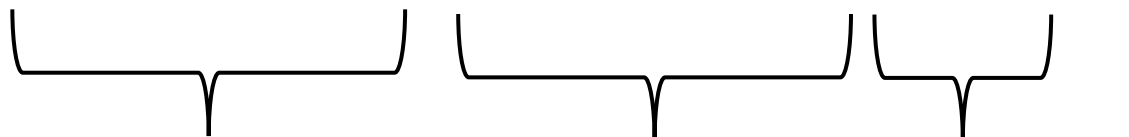
Por otro lado, este ratio se puede descomponer en otros elementos que ayuden a identificar y comprender como se han obtenido estos niveles de rentabilidad, el primer elemento o variable es el ratio de margen de beneficio la cual se determina de esta manera:

$$\text{Margen de beneficio} = \frac{\text{Resultado de la explotación}}{\text{Ventas netas}}$$

Otra variable que incide en el nivel de rentabilidad es el ratio de rotación de activos que está representada en la fórmula la siguiente:

$$\text{Rotación de activos} = \frac{\text{Ventas netas}}{\text{Activo total}}$$

Por medio de este ratio se puede medir la capacidad de los activos, los cuales desarrollan un determinado nivel de actividad, cuanto mayor sea este ratio, se tendrá mejor rendimiento en base a sus inversiones. A continuación, se va a representar en la siguiente:

$$\frac{\text{Resultado de la explotación}}{\text{Activo total}} = \frac{\text{Resultado de la explotación}}{\text{Ventas netas}} \times \frac{\text{Ventas netas}}{\text{Activo total}}$$


Rentabilidad económica                  Margen de beneficio                  Rotación de los activos

Lo que nos ayuda a comprender esta ecuación es que un incremento de rentabilidad económica puede ser originado por el incremento del margen de beneficio y esto es por las reducciones que se dan, por ejemplo: la reducción de los costos, incremento del precio de venta, incremento de la rotación de activos, incremento en la cantidad de ventas o también reduciendo los activos empleados.

En este sentido para aumentar la rentabilidad económica de una empresa, se tendrá que adoptar mejores estrategias para un negocio, de tal manera que ayude a aumentar la rentabilidad económica de un negocio, esto se hará posible incrementando los precios de venta y reduciendo o minimizando los costos, pero no se puede aplicar a todas las actividades económicas, un ejemplo que no está fuera de nuestra realidad es que si nos encontramos ante un negocio que se enfrenta a mucha competencia en precios, no se podrá subir los precios, sino que se tendrá que obtener otras alternativas, como el aumentar el número de las ventas. Recordemos que la rentabilidad económica la obtenemos de dos variables: el margen de beneficio y el número de ventas.

Tener en cuenta que la rentabilidad es utilizado para poder determinar la relación que existe entre las utilidades de una empresa como las ventas, activos, patrimonio, el número de acciones, etc.

La rentabilidad económica compara el resultado que hemos obtenido con el desarrollo de las actividades de la empresa y las inversiones que se ha realizado para obtener dicho resultado. El resultado que obtenemos al que todavía no hemos restado, deducido ni quitado los intereses, gastos, ni impuestos. Se conoce comúnmente como EBITDA.

EBITDA que son las ganancias antes de los intereses, impuestos, depreciación y amortización con sus siglas en inglés *Earnings Before Interest, Taxes, Depreciation, and Amortization*. El EBITDA muestra el beneficio bruto de explotación antes de deducir gastos

financieros y se determina con los ingresos menos los gastos, excluyendo gastos financieros (impuestos, intereses, depreciaciones, amortizaciones).

Es uno de los indicadores más conocido y también imprescindible para el análisis fundamental de una empresa, se utiliza para valorar la capacidad de generar beneficios tomando en cuenta su actividad productiva, pues nos indica el resultado que se obtiene por la explotación directa del negocio. Y su propósito es tener una imagen fiel del negocio si está ganando o perdiendo, o si es rentable o no es rentable el negocio.

**Tabla 4:**

**Indicadores de rentabilidad**

<b>Indicadores</b>	<b>Descripción</b>
Margen neto de utilidad	Es la relación existente entre la utilidad neta (beneficio neto) y el total de las ventas (ingresos operacionales). Este beneficio es más exacto porque es la utilidad después de pagar todos los impuestos y gastos.
Margen bruto de utilidad	Es la relación que existe entre las ventas totales y la utilidad bruta, es decir, el porcentaje restante de los ingresos operacionales menos el costo de ventas. Para optimizar el indicador del margen bruto de utilidad se debe minimizar los costos operativos e incrementar las ventas.
Margen operacional	Conocido también como rendimiento de las ventas, Es la relación entre la utilidad operacional (antes de descontar gastos, intereses e impuestos) y las ventas totales.
Rentabilidad neta sobre inversión	El índice de retorno de la inversión o retorno sobre la inversión ROI ( Return on investment. Sirve para evaluar la rentabilidad neta es decir beneficio después de impuestos e inversiones, sobre los activos de la empresa.
Rentabilidad sobre el patrimonio	Mide la capacidad que tiene el rendimiento de la empresa a causa de las inversiones que se realizaron los accionistas o socios de la empresa para devolver el beneficio a los inversionistas o accionistas, quiere decir que es el capital de los accionistas, socios más los beneficios adquiridos. Es considerado también como el rendimiento de los activos netos o patrimonio.

Crecimiento sostenible	Aspira a que el rendimiento o crecimiento de la demanda sea satisfecho con un crecimiento de las ventas y los activos.
EBITDA	Llamado así con sus siglas en inglés de Earnings before interest, taxes, depreciation and amortization, que son los beneficios antes de intereses, impuestos, depreciaciones y amortizaciones de la empresa. El EBITDA te permite saber de manera rápida si tu negocio es rentable o no, también te muestra cuánto dinero le queda a tu negocio para hacer frente a tus deudas.

*Nota.* Adaptado de *Rentabilidad*, por María E. Raffino, 2018.

Por otro lado, la rentabilidad financiera hace referencia al beneficio que se lleva cada uno de los socios de una empresa, es decir, el beneficio de haber hecho el esfuerzo de invertir en esa empresa. Mide la capacidad que posee la empresa de generar ingresos a partir de sus fondos. Por ello, es una medida más cercana a los accionistas y propietarios que la rentabilidad económica.

El ROE para determinarla se calcula con el beneficio neto sobre el capital. El ROE conocido comúnmente con sus siglas (*return on equity*). En términos de cálculo es la relación que existe entre el beneficio neto y el patrimonio neto de la empresa.

Existen tres maneras de mejorar la rentabilidad financiera: aumentando el margen de utilidad, aumentando las ventas o disminuyendo el activo, o aumentar la deuda para que así la división entre el activo y los fondos propios sea mayor. (Sevilla, 2018).

**b. Diferencia entre rentabilidad financiera y rentabilidad económica.** La rentabilidad económica es diferente de la rentabilidad financiera, la rentabilidad económica toma en cuenta todos los activos utilizados para generar rentabilidad. Por otro lado, la rentabilidad financiera sólo toma en cuenta la cantidad de recursos propios de la empresa. (Sevilla, 2018).

## **2.4 Marco Conceptual**

### **2.4.1 Asociación**

La asociación es una persona jurídica y puede estar conformada por personas naturales y/o jurídicas, es un hecho que las personas necesitan asociarse con sus semejantes para que colaboren entre sí para un fin, entonces una asociación es la agrupación, unión de personas o entidades con fines en común y establecen relación entre ellas para lograr sus objetivos. Las asociaciones pueden tener fines económicos, sociales, culturales, religiosos, artísticos, educativos, profesionales, etc.

Las asociaciones pueden ser con fines de lucro y sin fines de lucro.

### **2.4.2 Asociación de ganaderos del distrito de San Jerónimo**

Estatuto de la Asociación de comerciantes ganaderos, (2016) La asociación de comerciantes ganaderos del distrito de San Jerónimo fue fundada el 23 de noviembre de 1974, con domicilio ubicado en la calle Perú S/N Pata Pata del distrito de San Jerónimo, provincia y departamento del Cusco y está constituido por escritura pública de fecha 28/10/1987 inscrita en registros públicos con Nro de partida 11037001, con duración indefinida.

#### **Régimen de administración**

- a) La asamblea general: Está constituida por todos los asociados, es el máximo órgano de decisión con reuniones ordinarias y extraordinarias.

La asamblea general es convocada por el presidente del consejo directivo, en su ausencia el vicepresidente o cuando lo soliciten no menor de la décima parte del total de los asociados, se dará a conocer mediante esquelas de citación u otro medio idóneo de comunicación como la difusión radial, comunicación telefónica y otros existentes que sea debidamente aprobado por los asociados.

- b) El consejo directivo

Es el órgano ejecutivo y de gestión de la asociación. Los miembros o integrantes del consejo directivo serán elegidos mediante voto secreto y universal y su periodo de gestión será dos años, pudiendo ser reelegidos por otro periodo.

El consejo directivo estará integrado por

- Presidente
- Vice-Presidente
- Secretario
- Tesorero
- Pro-tesorero
- Fiscal
- Dos vocales
- Secretario de Cultura y deportes
- Secretario de asistencia social
- Portapliego

Fines y objetivos:

- a) Instituir una organización de las personas que se dedican al comercio de ganado.
- b) El mejoramiento del trabajo con tendencia a la industrialización y el empleo de la técnica moderna.
- c) La protección mutua de sus socios.
- d) Lograr el progreso material, moral, y cultural de los socios.
- e) La institución o asociación es política.
- f) La asociación mantendrá fraternas y cordiales relaciones del ramo o similares de la república.
- g) Buscar fuentes de financiamiento nacional o extranjero, público o privado para insertar al mercado los productos ganaderos.

Actualmente la asociación de ganaderos cuenta con 25 socios activos, un estatuto, consejo directivo y reglas complementarias para la toma de decisiones para así expender sus productos cárnicos en el mercado Vinocanchón.

### 2.4.3 Mercados

Según el INEI en la provincia del Cusco hay un total de 26 centros de abastos y entre los distritos con mayor cantidad son el distrito del Cusco con 08 centro de abastos, San Sebastián 08, Santiago 05, Wanchaq con 03 y San Jerónimo con 02 centros de abastos. (INEI-Instituto Nacional de Estadística e Informatica, 2017)

**Tabla 5:**  
**Centro de abastos en la provincia de Cusco**

<b>Distrito</b>	<b>Cantidad de centros de abastos</b>	<b>%</b>	<b>Porcentaje</b>
Cusco	8	31%	30.77
San Sebastián	8	31%	30.77
Santiago	5	19%	19.23
Wanchaq	3	11%	11.54
San Jerónimo	2	8%	7.69
<b>Total</b>	<b>26</b>	<b>100%</b>	<b>100.00</b>

*Nota.* Adaptada de INEI - Censo nacional de Mercados de Abastos, 2016.

En esta tabla se observa que la mayor cantidad de centros de abastos se encuentra en el distrito del Cusco así también en el distrito de San Sebastián que representa el 31% de mercados, en el distrito de Santiago representado con el 19%, Wanchaq con el 11% y el distrito de San Jerónimo con el 8%.

El mercado Vinocanchón es el principal centro de abastos de la ciudad del Cusco que cuenta con licencia de funcionamiento otorgado por la municipalidad distrital de San Jerónimo y con certificación de Defensa Civil para garantizar y prevenir la seguridad de los trabajadores, usuarios y consumidores. También cuenta con un reglamento interno para su funcionamiento. La promoción, organización de actividades que se realicen dentro o fuera del mercado

Vinocanchón está a cargo de la Gerencia de Desarrollo Económico de la Municipalidad Distrital de San Jerónimo.

El mercado Vinocanchón es uno de los más grandes y concurridos por la preferencia en la calidad de sus productos, diversidad y variedad de productos, precio, atención al cliente, seguridad, etc., en la región del Cusco, por eso la gran importancia y el impacto en el desarrollo económico del distrito pues aquí se realizan transacciones comerciales de bienes y servicios.

#### **2.4.4 Carnes rojas**

La carne roja es procedente y derivado de los mamíferos fresco o transformado y por su valor nutritivo y comestible es utilizado por los seres humanos para su alimentación o satisfacer su gusto. En este caso estamos hablando de la carne del ganado vacuno y ovino, que es aquella que tiene un color rojizo por tener mioglobina y nutricionalmente es un alimento proteico y rico en minerales como hierro y zinc, así como la vitamina B12. Un beneficio de las carnes rojas es que es una fuente de vitamina B12, que nos ayuda a metabolizar proteínas, dar mantenimiento y buen funcionamiento al sistema nervioso central y generar glóbulos rojos, también contiene el zinc, nos ayuda a protegernos contra el daño oxidativo y crear hemoglobina.

En el apéndice I del texto único ordenado de la Ley del impuesto general a las ventas e impuesto selectivo al consumo decreto supremo N° 055-99-EF nos habla de las operaciones exoneradas del impuesto general a las ventas y la venta en el país o importación de los siguientes: caballos, asnos, mulas y burdéganos, animales vivos de las especies bovina, porcina, ovina y caprina, camélidos sudamericanos, vacunos reproductores y vaquillonas en preñez certificada, vacunos en reproducción, camélidos sudamericanos, cuyes o conejillos de las indias vivos , pescados, crustáceos, moluscos y demás invertebrados acuáticos, excepto los pescados destinados a la producción de harina y aceite de pescado.



**a. Carne de ganado vacuno.** La carne de res contiene fuentes de vitaminas y proteínas saludables y beneficiosos para la salud y es así que nos ayuda al mejoramiento de nuestro metabolismo, teniendo en cuenta que comer carne con muchas grasas no es malo para la salud si se consume con moderación. Las proteínas que vienen de origen animal tiene la capacidad de proporcionar nitrógeno y aminoácidos y estos nos ayudan al manteminiemto y reparación celular. Entre los principales minerales y vitaminas que contiene la carne de res vamos a mencionar a las siguientes:

- Contiene minerales de hierro y zinc: a) Hierro en la carne de res sirve para distribuir el oxígeno a través de las células, regula el sistema nervioso. Este mineral es de mucha importancia y más para hacer frente a la anemia. b) Zinc es un mineral que se encarga de mantener el sistema inmune y los órganos reproductivos.
- Es rica en vitamina B12 porque ayuda a mejorar el sistema inmune y glóbulos rojos.
- Ayuda a fortalecer la pérdida de peso, siendo rica en proteína que causa sensación de saciedad en el cuerpo.
- Ayuda en el funcionamiento del sistema nervioso y tensión arterial.
- Sirve para el mantenimeinto y desarrollo de la masa muscular porque es fuente de proteína.

Las razas más predominantes y consumidas del ganado vacuno en Cusco son Holstein, Brown Swiss y los ganados criollos.

**Figura 4 Ganado de la raza Brown Swiss**



**b. Carne de oveja/cordero.** La carne de cordero es rica en proteínas, grasas, vitaminas del complejo B y minerales que son bien aprovechados por el organismo.

Considerada uno de las clases más saludables, con un alto valor nutricional es así que en esta concepción se encuentran mayores concentraciones de nutrientes relevantes para las defensas que son la vitamina B , el selenio, el zinc.

Las razas consumidas de carne de cordero son: Merino, Hampshire Down( cara negra) este es muy buen productor de carne, Suffolk originario de Inglaterra también con buena calidad de carne y su lana, también están los corderos criollos.

**Figura 5 Raza de ovino Cara negra**



#### **2.4.5 Proveedores**

Proveedor u oferente son los que establecen relaciones comerciales con un tercero, estos abastecen y proporcionan bienes materiales u otros suministros y servicios a las personas o empresas los cuales son necesarios para su uso, desarrollo y funcionamiento para satisfacer las necesidades de las empresas o personas.

Los proveedores son personas o empresas que ofrecen sus productos ya sean en bienes o servicios a otras personas o empresas que necesitan todo tipo de materiales para realizar sus procesos productivos y posteriormente venderlos o hacer uso de estos de manera conveniente para obtener un beneficio económico.

#### **2.4.6 Clientes**

Cliente es aquella persona o empresa que adquiere o utiliza frecuente u ocasionalmente productos o servicios de profesionales, empresas o personas naturales.

El cliente es aquel individuo que realiza una transacción, para obtener un producto o servicio de todo tipo estos pueden ser tecnológico, asesorías, consultorías, capacitaciones, marketing, decorativos, deportivos, etc. También podemos llamarlos compradores o usuarios, pues se trata de personas u empresas que adquieren productos o servicios mediante transacciones comerciales.

#### **2.4.7 Stand**

El stand llamado también puesto o caseta y puede estar dentro de una feria o algunas zonas comerciales o zonas estratégicas donde haya mucha concurrencia de clientes, pudiendo ser estas de diferentes tamaños y con diferentes características, dependiendo del bien o servicio que se van a ofrecer o mostrar.

El stand es un espacio o lugar físico en la cual los vendedores presentan, muestran o exponen sus productos al público, estos cumplen con ciertas normas si están dentro de mercados o ferias comerciales.

#### **2.4.8 Camal Municipal**

Camal llamado también centro de beneficio o matadero, en el Perú existen 53 centros de beneficio de animales de abasto, 40 camales tienen autorización permanente y con certificación de SENASA, los 13 restantes tienen autorización temporal, dentro de los centros de beneficios existe las siguientes categorías, las que se encuentran en la categoría I son un total de 18 centros de beneficio en la cual se tiene la capacidad instalada de realizar actividades de faenamiento con hasta diez (10) bovinos, veinte (20) porcinos y treinta (30) ovinos o caprinos diarios y que se faene ganados para la zona. La segunda categoría se faenan animales para el consumo nacional, existiendo 15 camales en esta categoría y en la tercera categoría se encuentran 7, estas con capacidad de ser destinados para exportación.

SENASA tiene un staff de profesionales médicos veterinarios, ingenieros especialistas en calidad e inocuidad alimentaria, técnicos, operarios. SENASA supervisa constantemente a los mataderos con la finalidad de conservar y mantener los estándares de calidad para que

cumplan con los requisitos exigidos en el Reglamento de Inocuidad Agroalimentaria-Decreto Supremo 004-2011-AG, así también con el Reglamento del Faenado de los animales de abasto según Decreto Supremo 015-2012-AG.

El camal municipal es el lugar a cargo de la municipalidad que está dentro de su jurisdicción. El camal municipal es una instalación privada o pública en la que se sacrifica o se realiza actividades de beneficio de los animales de granja para su procesamiento, almacenamiento y su comercialización de carnes de origen animal. Y tiene sus funciones que son: tener conocimiento de la procedencia del ganado que ingresa y esta debe ser acreditada para su respectivo control sanitario, en el momento y después del beneficio del ganado, garantizar la limpieza y salubridad de las carnes, emitir informes diariamente de las actividades que se realizan dentro del camal a la gerencia de administración tributaria, gerencia municipal y a la oficina de tesorería para dar el reporte de los ingresos económicos generados.

Para el beneficio del ganado se tiene que cumplir con estos requisitos que son indispensables:

- Que el ingreso de los animales cuente con sus certificados sanitarios.
- Que el local tenga autorización de la SENASA, las autorizaciones se dan con vigencia de 5 años.
- Las autorizaciones pueden ser renovables siempre y cuando se cumplan con los requisitos respectivos dadas por la SENASA.
- Esté presente un Médico Veterinario y que el personal encargado del faenamiento cuente con certificado médico, examen médico o carnet de sanidad. Y que usen correctamente la indumentaria (indumentaria color claro, mamelucos, delantales impermeables, mascarilla, protector de cabello, casco, guantes, botas, porta cuchillos, todos estos materiales e implementos que estén en buen estado, bien conservados y limpios.

- Que se empleen Buenas prácticas de faenamiento en los mataderos.
- Que se realicen desinfecciones y desratizaciones.
- Que tenga suficiente agua potable, así como también tenga un sistema de tratamiento de aguas residuales y un aspecto muy importante que cuente con un programa para evitar los daños que afecten al medio ambiente. (Ministerio de desarrollo agrario y riego , s.f.)

## **2.5 Variables y Operacionalización**

### **2.5.1 Variables de estudio**

Las variables identificadas son:

- Variable Independiente: Costos operativos
- Variable Dependiente: Rentabilidad

## 2.5.2 Operacionalización de las variables

Tabla 6:

### Operacionalización de Variables

VARIABLES	CONCEPTO	DIMENSIONES	INDICADORES
<p>VARIABLE INDEPENDIENTE:</p> <p>COSTOS OPERATIVOS</p>	<p>Los costes operativos de una empresa se generan cuando la actividad del proyecto empresarial o negocio esté en plena operación, funcionamiento y desarrollo. En el momento que el negocio finalizara su actividad, este tipo de costos como es razonable dejarían de funcionar o producirse, entonces ya no se tendría personal a quienes pagar, ni materiales de oficina u otros suministros, tampoco nos haría falta un local donde desarrollar las actividades y por lo tanto no se pagaría más los alquileres. (Nuño, Emrendepyme.net, 2017)</p>	Costos directos	Reporte de compras Remuneración
		Costos indirectos	Comisiones Gastos de personal Servicio de agua Servicio de luz Licencia de funcionamiento Artículos de limpieza
<p>VARIABLE DEPENDIENTE:</p> <p>RENTABILIDAD</p>	<p>Es la remuneración que una empresa es capaz de dar a los elementos de producción puestos a su disposición para desarrollar su actividad económica. Es considerado también como medida de la eficiencia y eficacia de los elementos de producción y financieros. (Llanes, s.f.).</p>	Rentabilidad económica	Reporte de ventas Margen de ventas Margen de utilidad bruta Margen de utilidad neta Margen operacional



## CAPÍTULO III METODOLOGÍA

### 3.1 Ámbito de estudio

El mercado Vinocanchón está ubicado en el Distrito de San Jerónimo, Provincia y Departamento de Cusco en las Coordenadas UTM 13°32'36.7" S y 71°53'15.6" W.

El Mercado de Vinocanchón limita con las calles:

- Por el Este : Con la calle Clorinda Matto de Turner
- Por el Oeste : Con la calle Llocllapata
- Por el Norte : Con la calle Lima
- Por el Sur : Con la calle Ramón Castilla

**Figura 6 Imagen del mapa de ubicación del Mercado Vinocanchón**



*Nota.* Adaptado de Google, por Google maps, 2019.



### **3.2 Tipo de investigación**

Ander-Egg, Ezequiel (1974) desarrolla lo que son las investigaciones básicas considerando que puedan ser denominadas como investigaciones puras que cuya finalidad es detención, descripción y explicación de determinados fenómenos u hechos que se presentan en un momento dado de la sociedad.

En la presente investigación el tipo de investigación a utilizar será el básico ya que el estudio se encargará del análisis de las variables (Costo operativo y Rentabilidad) para que con ello realizar la interpretación y descripción de los resultados de la recolección de información que se realizó.

### **3.3. Enfoque de la investigación**

El enfoque de la investigación que se consideró para este estudio es cuantitativa porque las variables, se medirán a través de instrumentos e interpretaciones que permitirá conseguir los objetivos planteados (Cabezas, 2018) es descriptiva porque busca reunir información sobre las características, rasgos importantes de la población como fenómeno a analizar (Cadena, 2017), es básica, según la finalidad del estudio (Hernandez R. y., 2018), quién menciona que a través de este tipo de investigación se desarrolla conocimientos basado en la teoría que sirve de sustento a la investigación.

El presente trabajo de investigación tiene un enfoque cuantitativo, porque se analizó los datos numéricos, a través de la estadística, para de esta manera entender las problemáticas planteadas.

### **3.4. Alcance de la investigación**

Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis (Hernandez, Fernandez, & Baptista, 2013)

El presente trabajo de investigación tiene alcance descriptivo, porque tiene como objetivo describir, argumentar, analizar y conocer los costos operativos y la rentabilidad.

### **3.5. Diseño de la investigación**

Un trabajo investigativo de carácter no experimental, se caracteriza por realizar el trabajo de campo sin necesidad de manipular deliberadamente las variables de estudio, ya que solo se realizaría una observación de sucesos u objeto de estudio en su entorno natural (Hernández & Mendoza, 2018).

Se consideró el presente trabajo de tesis de diseño no experimental puesto que no se manipularon ni controlaron las variables identificadas, así mismo se realizaron inferencias sobre dichas variables.

### **3.6. Población y Muestra**

#### **a. Población.**

Por lo que la población se define como el grupo general de elementos que integran el espacio de interés metódico y sobre lo que se quiere deducir en las determinaciones de nuestro análisis, límites del entorno estadística y también teórica. En definitivo se habla de población, al grupo exacto de personas del universo hipotético o el grupo poblacional al que se puede dar los resultados evidentes. (López & Fachelli, 2017)

La población para el trabajo de investigación son los 25 socios de la asociación de ganaderos del Mercado Vinocanchón.

#### **b. Muestra.**

Es conocida como el subgrupo del universo, conformada por módulos muestrales que son las personas de la tesis, se da la muestra como instrumento de la indagación científica que tiene como primordial objetivo establecer la fracción de la población a estudiar. (Hernández & Carpio, 2019)

La muestra que se considera para este trabajo de investigación es la población total de los 25 socios y el análisis documental. Consecuentemente al tomar en cuenta a toda la población no se aplica ninguna fórmula estadística para determinar la muestra correspondiente.

### 3.7. Técnica de recolección de datos

**a. Técnica.** La técnica a que se desarrolló en la investigación será la revisión documental, observación y como apoyo la encuesta a los socios, con la finalidad de realizar la recolección de datos de información y el cual está compuesta por una serie de interrogantes de nivel básico o sencillo para de esta manera recolectar una información adecuada y al alcance de comprensión de los estudiantes encuestados.

**b. Instrumento.**

- Revisión documental: se aplicó para obtener información de los cuadernos de cuentas (ingresos y egresos).
- Observación: se ha empleado esta técnica observando directamente la situación real, permitiendo identificar los costos operativos.

### 3.8. Técnica de procesamiento y análisis de datos

El procesamiento de los datos se refiere a todo el proceso que sigue un investigador desde la recolección de datos, hasta la presentación de los mismos en forma resumida. Tiene básicamente tres etapas: recolección y entrada, procesamiento y presentación. Para el caso de las ciencias sociales y naturales, mucho de este procesamiento de datos, previamente ya codificados, se hace a través de las llamadas “bases de datos”, que son registros, debidamente clasificados y almacenados por algún medio electrónico. El procesamiento de los datos por medio de programas informáticos, representan una ventaja en tiempo, dinero y espacio ya que arrojan resultados inmediatos. En este proceso cuenta, sobre todo, la habilidad del ser humano para capturar los datos y procesarlos de acuerdo a algún parámetro estadístico. (Figueredo & León, 2018)

Los resultados obtenidos partieron mediante el recojo de información de los instrumentos, acotaciones de los socios sobre los costos operativos, así también la observación, esta información fue plasmada en tablas y gráficos utilizados en el paquete estadístico IBM SPSS versión 25, tal información permitió un análisis de mayor facilidad y comprensión.

### **3.9. Procedimientos**

Con el propósito de recopilar la información se elaborará un documento de carácter o tipo resolución para pedir los permisos pertinentes, además de ello se realizará una adecuada coordinación de permiso y disponibilidad para el ingreso del mercado mayorista Vinocanchón para obtener la información. Seguidamente, se procedió a coordinar con las autoridades de la zona de estudio con el fin obtener el consentimiento informado de los comerciantes en general, además se procederá a explicar todas las inquietudes o incomprensiones sobre las preguntas y por lo que se aclarará el propósito de las mismas. Finalmente, una vez conseguido la recolección de la información de la data de un total de 25 comerciantes, se procederá con un acto de agradecimiento a los que colaboraron de buena fe en la absolución de las respuestas del cuestionario y de la ficha de observaciones.

Por lo tanto, el modo de recolección de la información, la manipulación o control de variables, para la investigación se hará uso de una encuesta para la colecta de datos. La encuesta trata de un conjunto de ítems realizadas a las participantes en el estudio y cabe recalcar que la encuesta se realizará de forma presencial. “Una encuesta es empleada sobre todo con la finalidad de conseguir datos de un número grande de personas, el cual puede establecerse con preguntas de varias respuestas, e inclusive con preguntas de respuestas abiertas (sobre todo en casos donde se requiera obtener datos de salud, habilidades, creencias, entre otros)” (Torres, 2017).

### **3.10. Método de análisis de datos**

El método para ejecutar los procedimientos de la información recolectada se hará uso del paquete estadístico SPSS V.25. Posterior a ello se obtendrá los gráficos y tablas necesarios conforme a los objetivos que se han propuesto en el estudio, y las mismas serán sometidas a las interpretaciones o apreciaciones según cada caso.

En la actualidad el uso de diferentes softwares ha ayudado en investigaciones de distintas ciencias, sean estas las ciencias positivas o sociales, en ese sentido uno de los softwares que se usan más hoy en día es el SPSS en su última versión (25), la cual se caracteriza por realizar los análisis estadísticamente, y que se utiliza más que todo en las ciencias sociales y financieras para poder analizar y guardar la información para que posteriormente se puedan generar gráficos y tablas con data mucho más compleja. El Paquete Estadístico para ciencias sociales y finanzas, se caracteriza y diferencia de otros softwares por su capacidad para realizar el procesamiento de bastantes datos, donde también se puede realizar el análisis de textos e incluso de formatos de diferentes características.

## CAPÍTULO IV

### RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

#### 4.1. Análisis de los resultados

Los resultados obtenidos se presentan en varias tablas, numeradas respectivamente, las cuales se diseñaron según los indicadores que permitieron medir las variables objeto de estudio definidas: Los costos operativos y la rentabilidad en la asociación de ganaderos del mercado de Vinocanchón. que posteriormente fueron sometidos a un proceso analítico contrastado con las teorías manejadas que sirvieron de soporte a los planteamientos realizados en este estudio y que permitieron diseñar conclusiones, recomendaciones y lineamientos de solución. En ese sentido a continuación se presentan, detalladamente las tablas elaboradas.

##### *4.1.1. Información general de la empresa*

Después de revisar la información documentaria y observaciones en la asociación de ganaderos del mercado de Vinocanchón, se obtuvieron los resultados que se muestran en los resultados.

**Tabla 7:**

**¿Utiliza algún mecanismo para el control de su mercadería?**

<b>P3</b>	<b>SI</b>	<b>NO</b>	<b>TOTAL</b>
Respuestas	5	20	25
F	0.2	0.8	1
%	20%	80%	100%

**Figura 7: ¿Utiliza algún mecanismo para el control de su mercadería?**



*Nota.* Elaboración propia a través del paquete estadístico IBM SPSS versión 25.

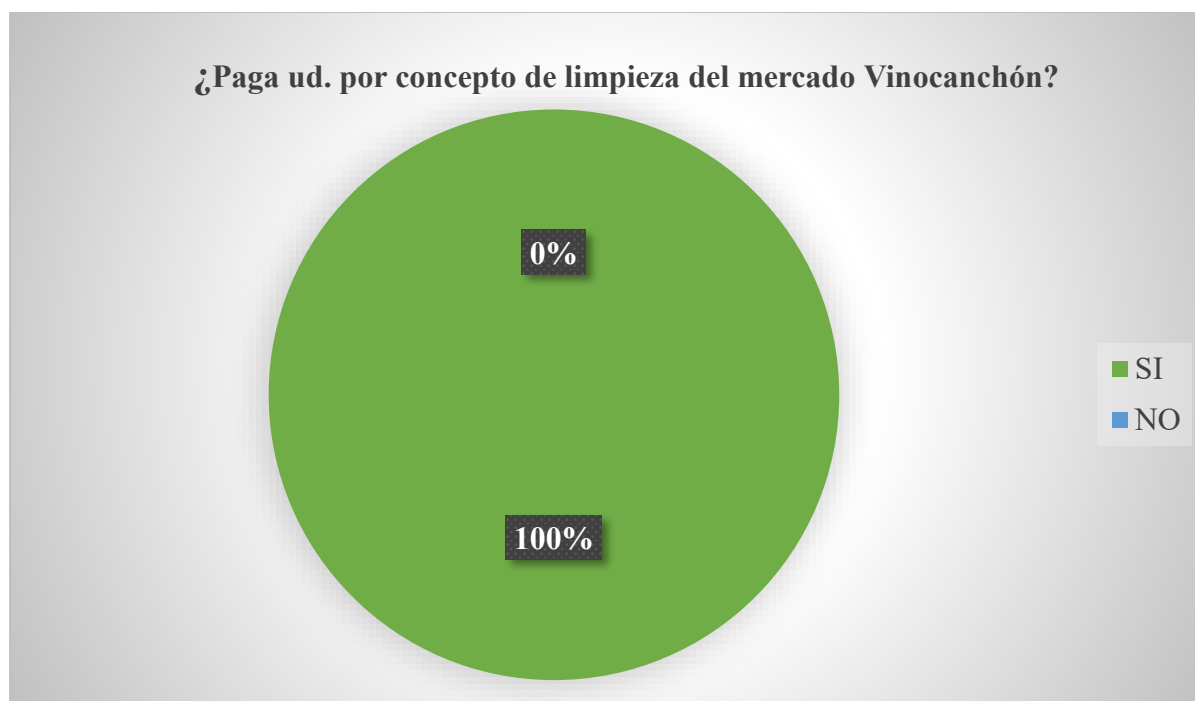
Según la tabla 7 y figura 7 se puede apreciar que el 20% de los socios dijeron que sí llevan un control de sus mercaderías, anotando en su cuaderno las compras que realizan y la cantidad en kilos de las mercaderías, el 80% de los socios no utilizan ningún mecanismo de control para su mercadería.

**Tabla 8:**

**¿Paga usted por concepto de limpieza del mercado Vinocanchón?**

P6	SI	NO	TOTAL
Respuestas	25	0	25
F	1	0	1
%	100%	0%	100%

**Figura 8 ¿Paga ud. por concepto de limpieza del mercado Vinocanchón?**



*Nota.* Elaboración propia a través del paquete estadístico IBM SPSS versión 25.

Según la tabla 8 y figura 8 se puede apreciar que el 100% de los socios manifestaron que sí pagan por concepto de limpieza en el mercado Vinocanchón, este costo es de S/ 1.00 por semana, los días domingos se realizan esos pagos porque es el día donde la mayoría de vendedores expenden sus productos en el mercado, hay un personal encargado de cobrar la limpieza estos son los agentes municipales de recaudación.

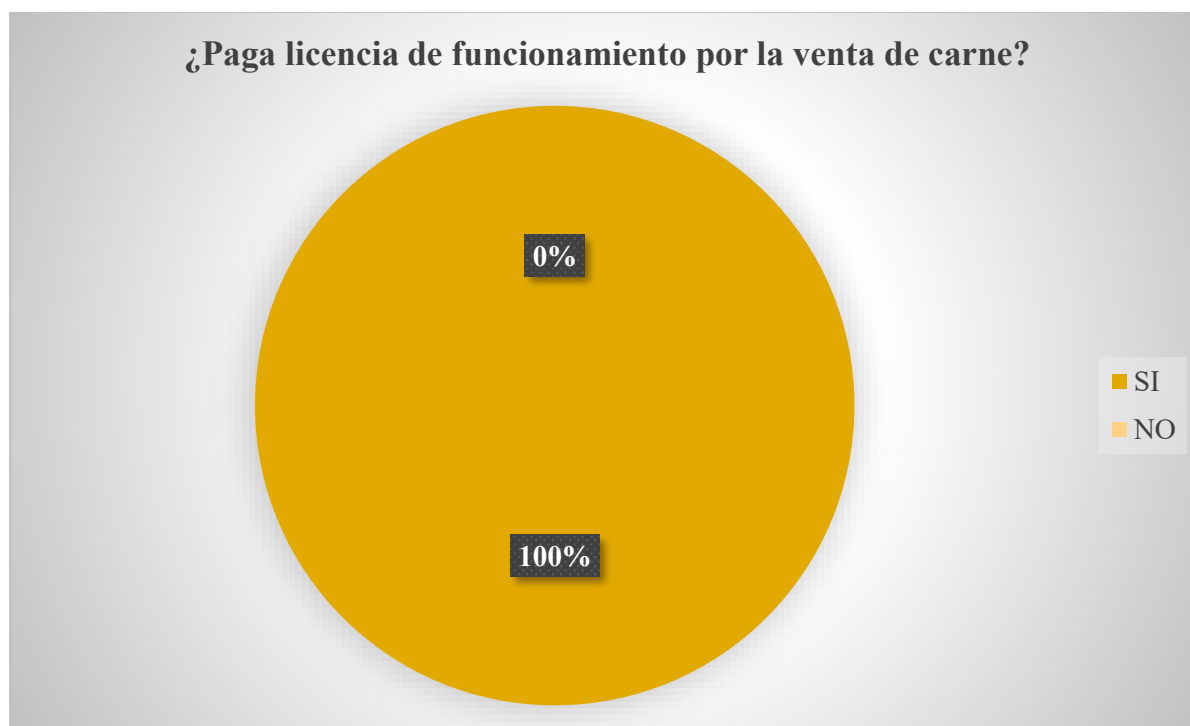
**Tabla 9:**

**¿Paga licencia de funcionamiento por la venta de carne?**

<b>P7</b>	<b>SI</b>	<b>NO</b>	<b>TOTAL</b>
<b>Respuestas</b>	25	0	25
<b>F</b>	1	0	1
<b>%</b>	100%	0%	100%



**Figura 9** ¿Paga licencia de funcionamiento por la venta de carne?



*Nota.* Elaboración propia a través del paquete estadístico IBM SPSS versión 25.

Según la tabla 9 y figura 9 se puede apreciar que el 100% de los socios sí paga la licencia de funcionamiento del stand en el que vende, este pago se realiza a la Municipalidad distrital de San Jerónimo, el costo de la licencia de funcionamiento es S/ 115.00 soles al año, este pago es muy importante y sirve como requisito para el re empadronamiento que se realiza cada dos años en la asociación de ganaderos, es por eso que todos los socios son puntuales en el pago de la licencia de funcionamiento.

**Tabla 10:**

**¿Utiliza mano de obra adicional en el proceso de la venta de carne?**

<b>P9</b>	<b>SI</b>	<b>NO</b>	<b>TOTAL</b>
<b>Respuestas</b>	10	15	25
<b>F</b>	0.4	0.6	1
<b>%</b>	40%	60%	100%

**Figura 10 ¿Utiliza mano de obra adicional en el proceso de la venta de carne?**



*Nota.* Elaboración propia a través del paquete estadístico IBM SPSS versión 25.

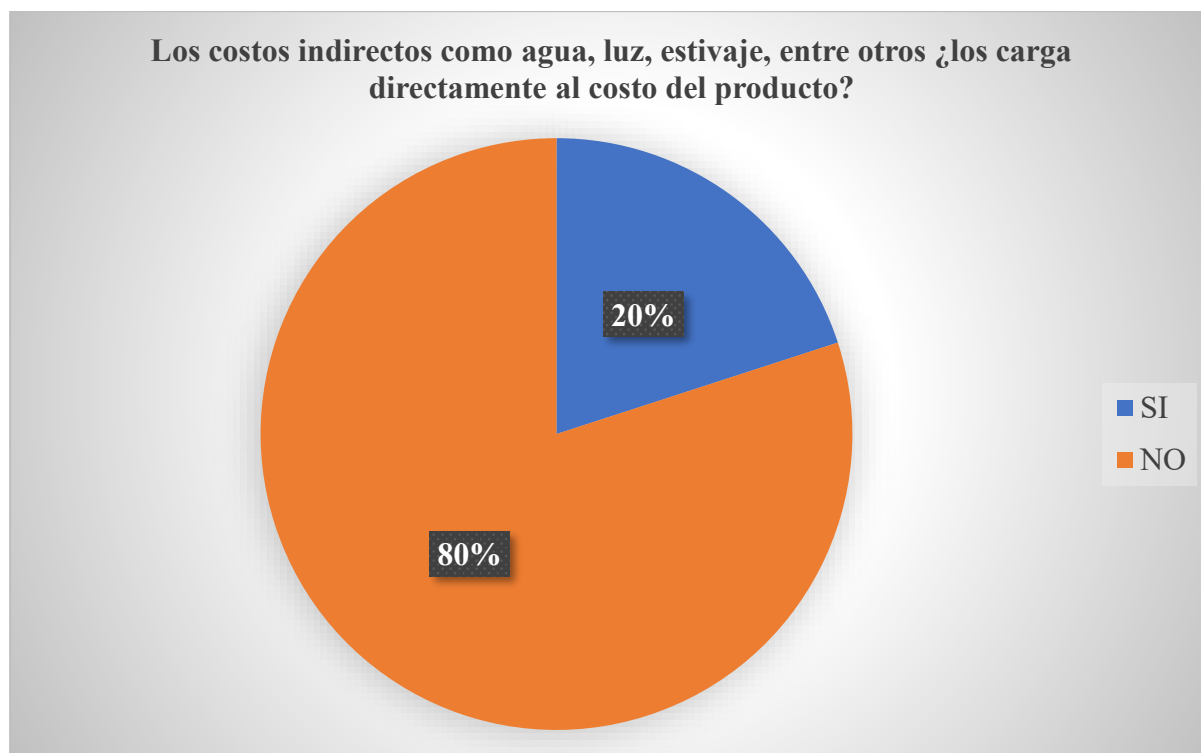
Según la tabla 10 y figura 10 se puede apreciar que el 40% de los socios afirmó que utiliza mano de obra adicional para el proceso de la venta de carne que son desde el estivaje, desestivaje de la carne, cortes y exhibición para el expendio de carnes en el mercado y el 60% de los socios no requiere de mano de obra adicional porque ellos mismos realizan las actividades operativas.

**Tabla 11:**

**¿Los costos indirectos, como agua, luz, estivaje, entre otros, ¿los carga directamente al costo del producto?**

P10	SI	NO	TOTAL
Respuestas	5	20	25
F	0.2	0.8	1
	20%	80%	100%

**Figura 11 ¿Los costos indirectos como agua, luz, estivaje, entre otros ¿los carga directamente al costo del producto?**



*Nota.* Elaboración propia a través del paquete estadístico IBM SPSS versión 25.

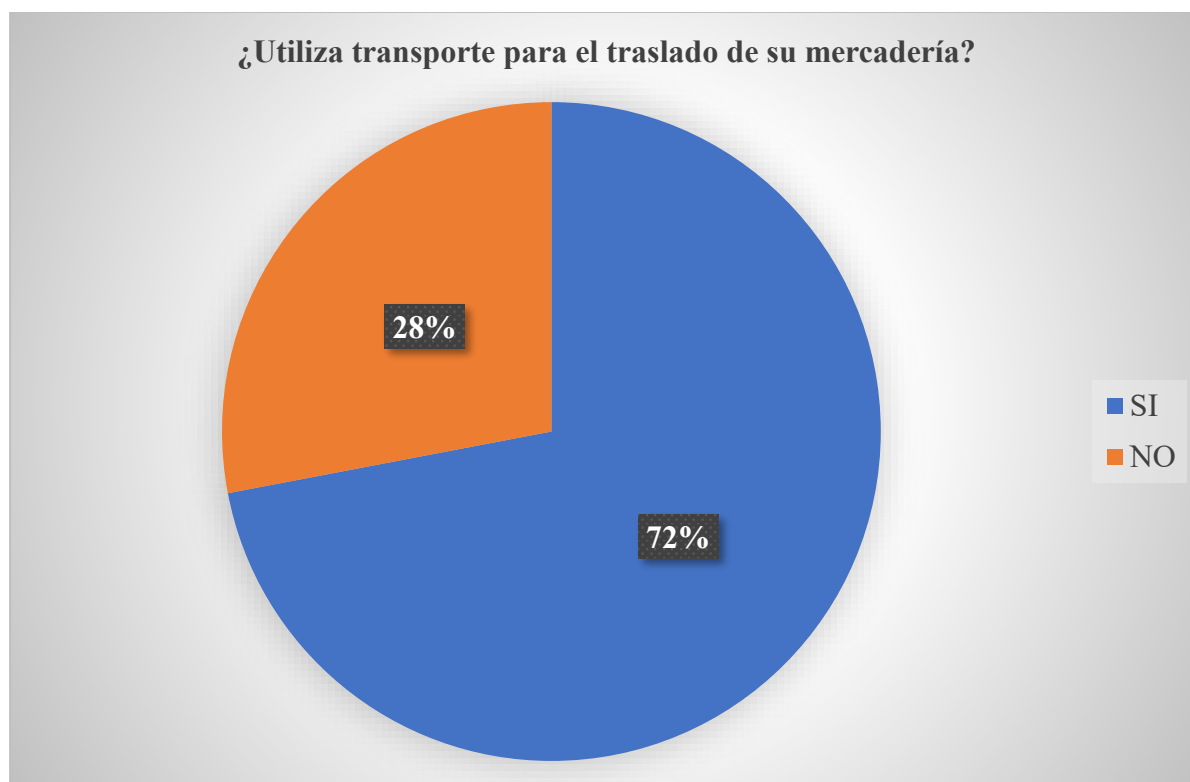
Según la tabla 11 y figura 11 se puede apreciar que El 20% de los socios afirma que los costos indirectos en los que incurren en el proceso de la venta de carne sí lo cargan al producto, ellos toman en consideración estos costos para tener un mejor control y así tener con mayor exactitud su rentabilidad, mientras que el 80% de los socios no realizan ninguna carga adicional de los costos indirectos al producto, tampoco consideran necesarios porque no llevan un control ni orden de los costos indirectos en las que incurren.

**Tabla 12:**

**¿Utiliza transporte para el traslado de su mercadería?**

P11	SI	NO	TOTAL
Respuestas	18	7	25
F	0.72	0.28	1
%	72%	28%	100%

**Figura 12 ¿Utiliza transporte para el traslado de su mercadería?**



*Nota.* Elaboración propia a través del paquete estadístico IBM SPSS versión 25.

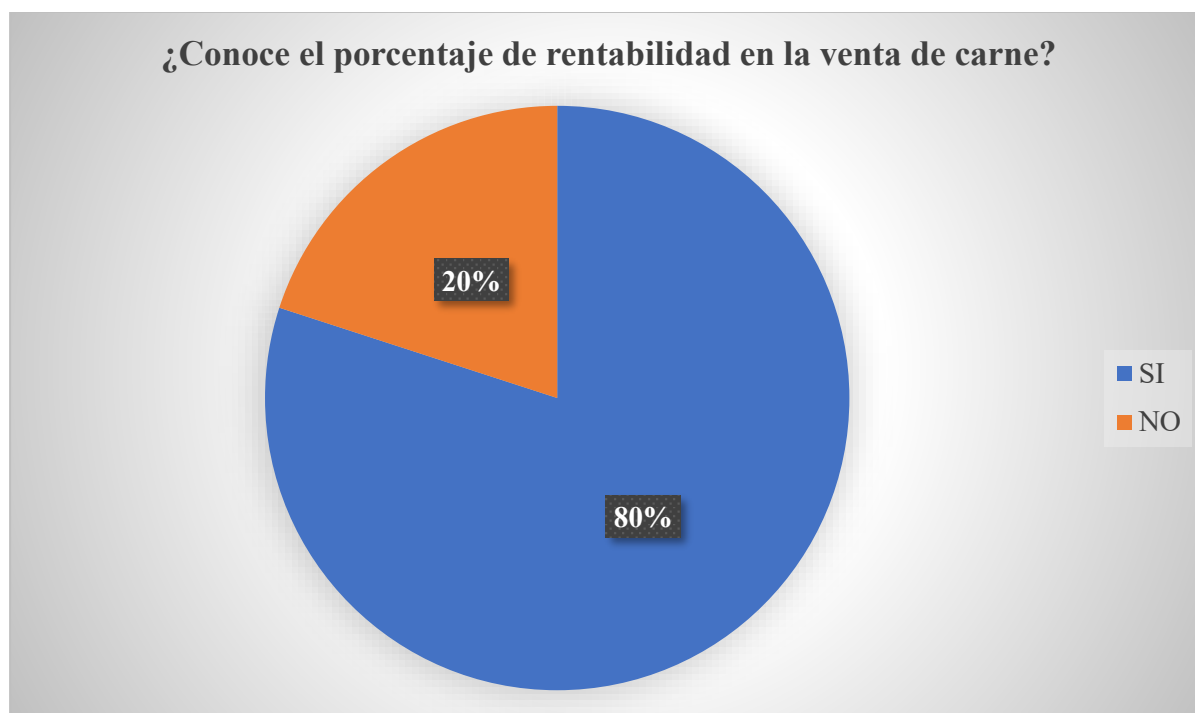
Según la tabla 12 y figura 12 se puede apreciar que el 72% de los socios utiliza transporte para el traslado de sus mercaderías de las ferias hacia el camal y también del camal hacia el mercado Vinocanchón después del faenado, mientras que el 28% de los socios no utiliza transporte porque sus mercaderías lo obtienen en sus propios puestos de ventas de sus proveedores o las personas que traen a sus vacunos en carne desde sus casas y lo venden a un precio al por mayor a los socios.

**Tabla 13;**

**¿Conoce el porcentaje de rentabilidad en la venta de carne?**

P13	SI	NO	TOTAL
Respuestas	20	5	25
F	0.8	0.2	1
%	80%	20%	100%

**Figura 13 ¿Conoce el porcentaje de rentabilidad en la venta de carne?**



*Nota.* Elaboración propia a través del paquete estadístico IBM SPSS versión 25.

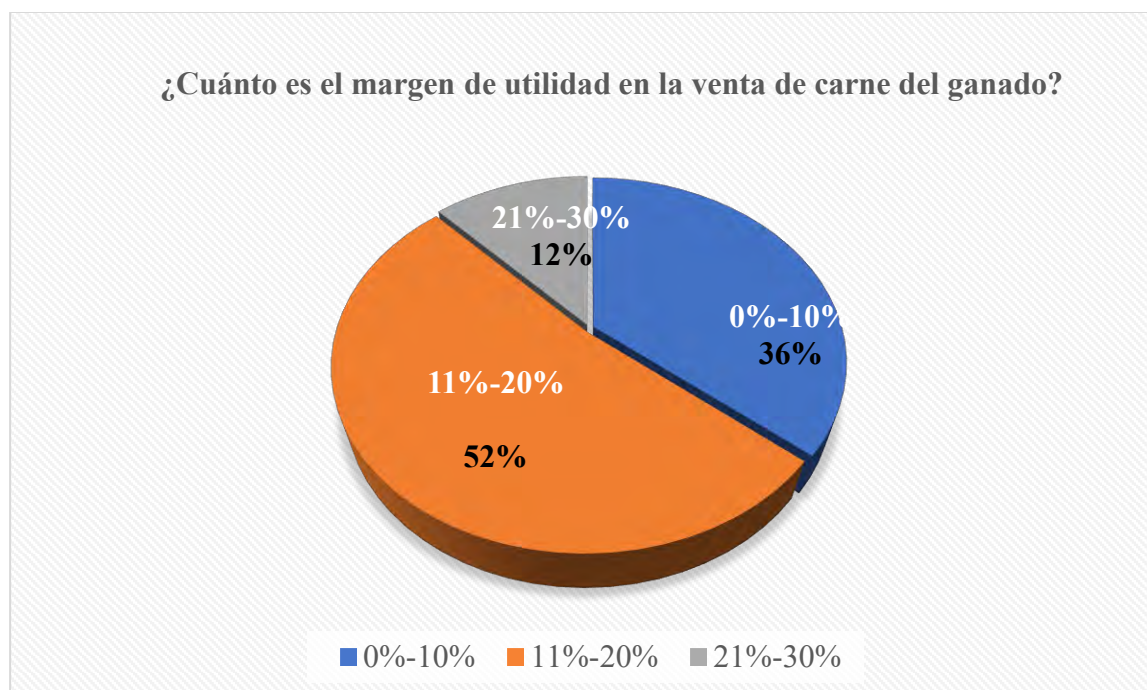
Según la tabla 13 y figura 13 se puede apreciar que el 80% de los socios indicaron que sí conocen el porcentaje de rentabilidad en la venta de carnes, ellos determinan este porcentaje de manera empírica, sin tomar en cuenta los demás costos indirectos que se generan en el proceso de la venta de carnes, y el 20% de los socios no conoce ni determina el porcentaje de la rentabilidad en la venta de carnes, esto debido a que no tiene un control de la compra de sus mercaderías ni los demás costos que se generan.

**Tabla 14:**

**¿Cuánto es el margen de utilidad en la venta de carne del ganado?**

<b>P14</b>	<b>0% - 10%</b>	<b>11% - 20%</b>	<b>21% - 30%</b>	<b>TOTAL</b>
<b>Respuestas</b>	4	16	5	25
<b>F</b>	0.16	0.64	0.2	1
<b>%</b>	16%	64%	20%	100%

**Figura 14 ¿Cuánto es el margen de utilidad en la venta de carne del ganado?**



*Nota.* Elaboración propia a través del paquete estadístico IBM SPSS versión 25.

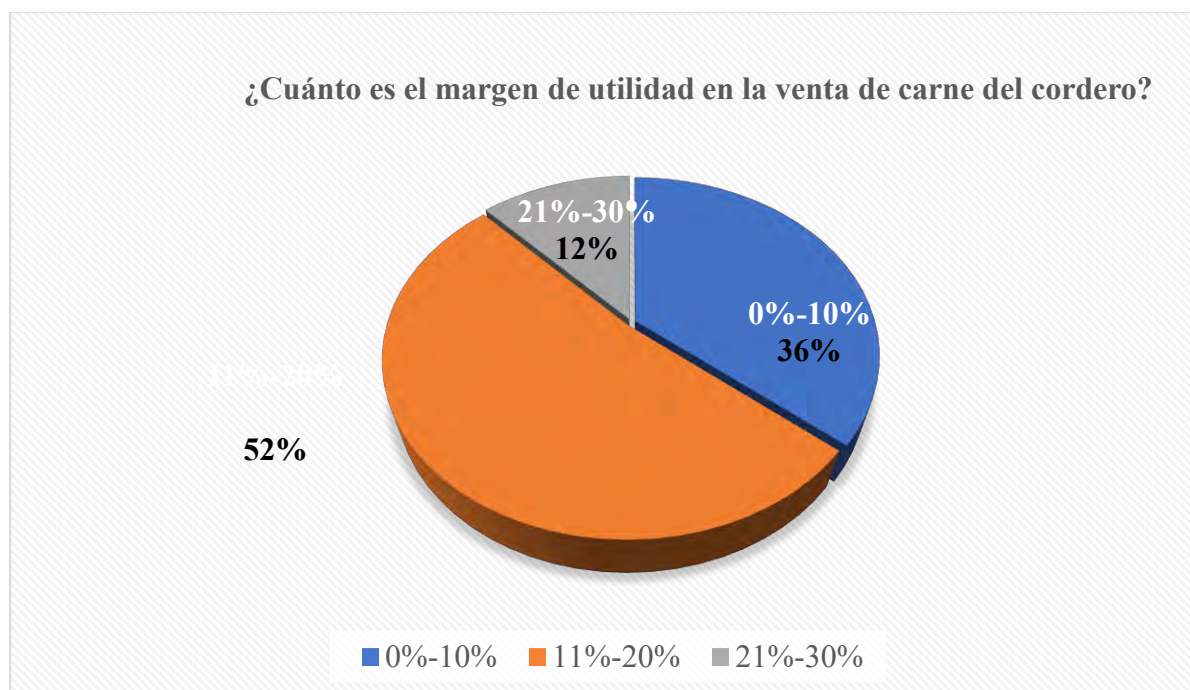
Según la tabla 14 y figura 14 se puede apreciar que el margen de utilidad que los socios manifestaron es de la siguiente manera; 16% de los socios indicó que el margen de utilidad que generan en la venta del ganado en promedio es del 0% al 10%, el 64% de los socios indicó que el margen de utilidad que se obtiene en la venta de carnes es en promedio del 11% al 20% y el 20% de los socios genera del 21% al 30% de margen de utilidad, esto es debido a que los socios trabajan con apoyo de sus hijos y otros familiares directos, entonces el margen de utilidad es mayor porque no generan gastos como por ejemplo gastos de personal.

**Tabla 15:**

**¿Cuánto es el margen de utilidad en la venta de carne de cordero?**

P15	0% - 10%	11% - 20%	21% - 30%	TOTAL
Respuestas	9	13	7	25
F	0.36	0.52	0.12	1
%	36%	52%	12%	100%

**Figura 15 ¿Cuánto es el margen de utilidad en la venta de carne del cordero?**



*Nota.* Elaboración propia a través del paquete estadístico IBM SPSS versión 25.

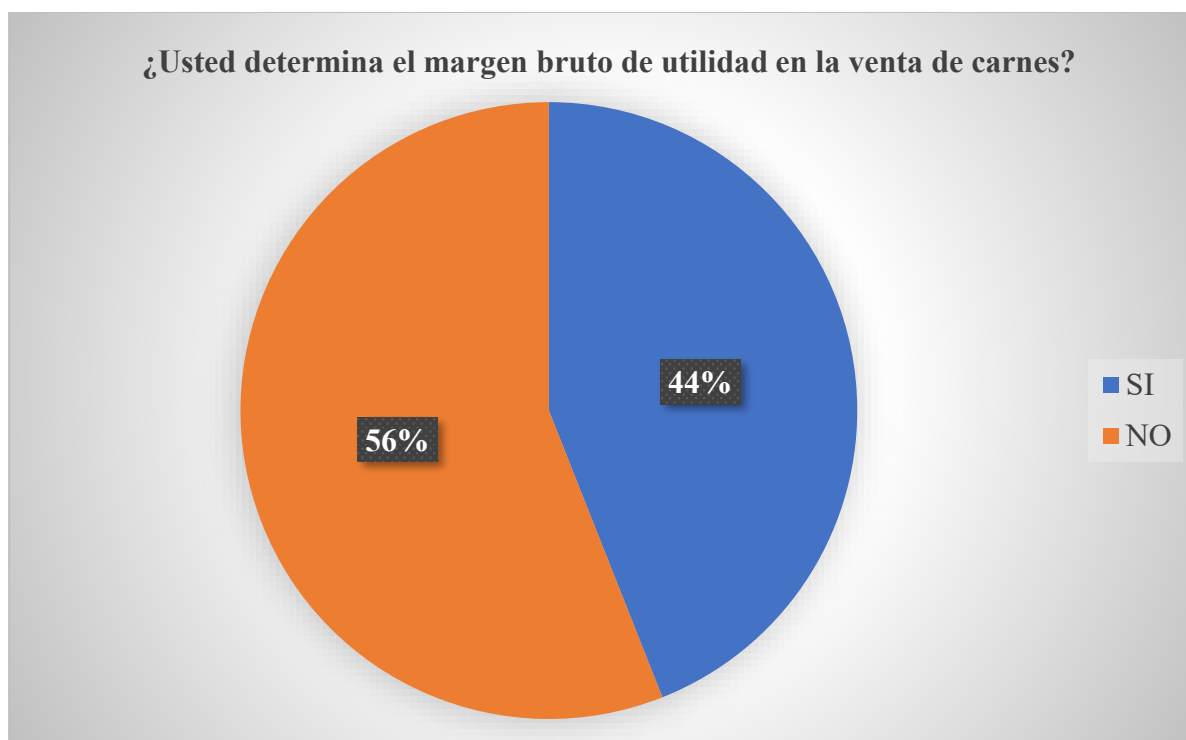
Según la tabla 15 y figura 15 se puede apreciar que el 36% de los socios manifestaron que el margen de utilidad que se genera en la venta de carne de cordero es entre el 0% al 10%, el 52% de los socios manifestó que el margen de utilidad generada va del 11% al 20% y el 12% de los socios manifestó que genera en promedio del 21% al 30% en margen de utilidad en la venta de la carne del cordero, esto se debe a que la mano de obra directa son sus familiares directos, esposo, e hijos quienes ayudan en el proceso de la venta de carnes.

**Tabla 16:**

**¿Usted determina el margen bruto de utilidad en la venta de carnes?**

P16	SI	NO	TOTAL
Respuestas	11	14	25
F	0.44	0.56	1
%	44%	56%	100%

**Figura 16 ¿Usted determina el margen bruto de utilidad en la venta de carnes?**



*Nota.* Elaboración propia a través del paquete estadístico IBM SPSS versión 25.

Según la tabla 16 y figura 16 se puede apreciar que el 44% de los socios sí llega a determinar el margen bruto de sus ganancias de manera empírica, ellos consideran al beneficio obtenido en la venta de carnes sin descontar los gastos que se generan en el proceso de la venta de carnes, ellos determinan a este indicador tomando en cuenta a las ventas realizadas menos el costo de la compra de mercaderías, por otro lado el 56% de los socios no tienen en cuenta este indicador, esto debido a que no tienen un control adecuado de su mercadería y no pueden determinar con precisión el margen de utilidad neta.

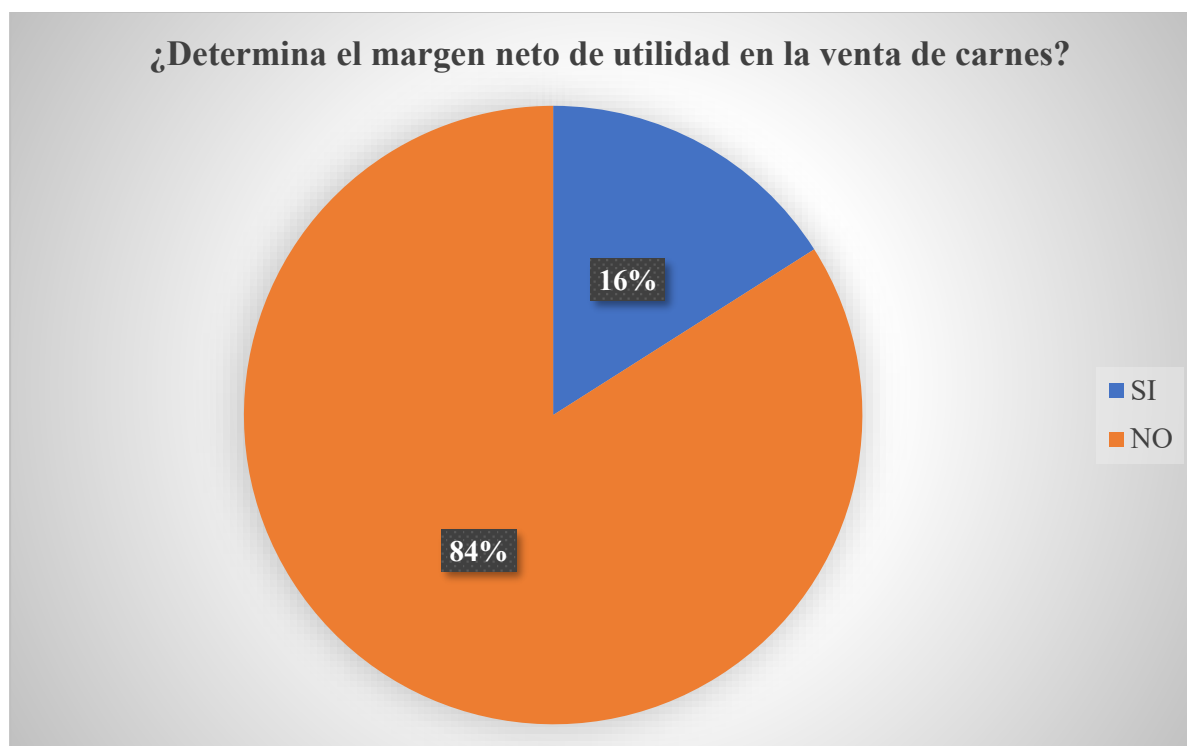
**Tabla 17:**

**¿Determina el margen neto de utilidad en la venta de carnes?**

P17	SI	NO	TOTAL
Respuestas	4	21	25
F	0.16	0.84	1
%	16%	84%	100%



**Figura 17 ¿Determina el margen neto de utilidad en la venta de carnes?**



*Nota.* Elaboración propia a través del paquete estadístico IBM SPSS versión 25.

Según la tabla 17 y figura 17 se puede apreciar que el margen neto de utilidad es un indicador que muestra cuánto beneficio se obtiene por cada sol vendido y es el más certero, dicho en otras palabras, cuánto gana cada socio por cada sol que vende, con este ratio podemos conocer si se está realizando un eficiente control de costes, por otra parte de la mayoría de los socios que son el 84% no determina el margen neto y en efecto no conoce el comportamiento de este indicador.

**Tabla 18:**

**¿Permitiría que se realice un estudio de ventas en la asociación de ganaderos del mercado Vinocanchón?**

P23	SI	NO	TOTAL
Respuestas	21	4	25
F	0.84	0.16	1
%	84%	16%	100%

**Figura 18 ¿Permitiría que se realice un estudio de ventas en la Asociación de ganaderos de ganaderos del mercado Vinocanchón?**



*Nota.* El 84% de los socios indicaron que sí permitiría que se realice un estudio de ventas porque consideran. Elaboración propia a través del paquete estadístico IBM SPSS versión 25.

Según la tabla 18 y figura 18 se puede apreciar que es importante crear valor agregado a los productos ofrecidos y este sea percibido en el mercado como único, innovador, mejor imagen en el expendio de carnes, sabemos que el producto entra por los ojos, también hacer ventas por internet ya que vemos las redes sociales son indispensables, otro aspecto muy importante también es poner atención en el trato personal, paciencia y simpatía. El 16% de los socios no considera necesario un estudio para las ventas porque terminan su mercadería, venden bien, tienen a sus clientes fidelizados es por eso que creen que no es necesario ningún estudio de ventas.

#### 4.1.2. Resultados con respecto a los costos directos e indirectos

**Tabla 19:**

##### **Costo directo – ovino**

<b>Producto</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Costo total</b>
Ovino	Nro de Ovinos	120	S/ 160.00	S/ 19,200.00
Mano de obra directa	Nro de Trabajadores	1	S/ 930.00	S/ 930.00
<b>Total de costos directos</b>				<b>S/ 20,130.00</b>

Esta tabla 19 de costo directo nos muestra que se vende una cantidad de 120 ganados en un mes y el costo unitario es de S/ 160.00, entonces el costo total es de S/ 19,200.00 y el costo de la mano de obra directa es S/ 930.00 y por lo tanto el total de los costos directos es de S/ 20,130.00 en el mes, en dicha tabla se hace una recapitulación de los meses más adelante se desarrollara a detalle.

**Tabla 20:**

##### **Costos Indirectos Del Ovino**

<b>Costos indirectos</b>	<b>Cantidad</b>	<b>C/U</b>	<b>Costo mensual</b>
Transporte al camal	120	S/ 2.00	S/ 240.00
<b>Total de costos indirectos</b>			<b>S/ 240.00</b>

El cuadro de costos indirectos que los socios consideran en esta tabla es el transporte de los ganados o flete, los ganados son trasladados desde las ferias o comunidades dónde se realizan las compras y se traslada hacia los camales o centros de beneficio, el monto del flete por cada unidad de ganado es de S/ 2.00 entonces el total de los costos indirectos que los socios consideran es S/ 240.00 cada mes

**Tabla 21:****Costos operativos del ovino**

<b>Concepto</b>	<b>S/</b>
Costos directos	S/ 20,130.00
Costos indirectos	S/ 240.00
<b>Total de costos operativos</b>	<b>S/ 20,370.00</b>

En esta tabla 21 de los costos operativos está conformado por los costos directos y los costos indirectos que los socios consideran y toman en cuenta para el control de los costos realizados, viendo dicha tabla se puede apreciar que costos directos en el mes se tuvo un total de S/20,130.00 y los costos indirectos asciende a un monto de S/240.00 soles lo cual hace una sumatoria total de costos operativos en un mes de S/ 20,370.00.

**Tabla 22:****Elementos del costo en la venta de cordero**

<b>MATERIA PRIMA</b>	<b>S/ 19,200.00</b>
<b>MANO DE OBRA</b>	<b>S/ 930.00</b>
<b>COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION</b>	<b>S/ 1,551.00</b>
Servicio de agua	S/10.00
Servicio de electricidad	S/15.00
Servicio de teléfono	S/20.00
Servicio de transporte del camal al mercado	S/120.00
Herramientas y maquinarias	S/30.00
Ayudantes, cargadores y estibadores	S/930.00
Inspección sanitaria del vacuno	S/192.00
Pago por limpieza	S/4.00
Suministros de limpieza	S/30.00
Bolsas y empaque	S/60.00
Otros materiales para empaque	S/20.00
Publicidad	S/10.00
Cuotas para la asociación	S/100.00
Otros costos indirectos	S/10.00
<b>TOTAL</b>	<b>S/ 21,681.00</b>

En esta tabla N°22 de elementos del costo se muestra los costos indirectos que la asociación incurren en el proceso de la venta de carnes, tales costos no son considerados por la asociación, porque no consideraban importante ni tenían en cuenta que estos costos influyen directamente

al precio del producto y como se muestra el total de los costos indirectos son de S/ 1,551.00 y tomaremos en cuenta para determinar con mayor precisión la rentabilidad.

**Tabla 23:**

**Margen de ganancia**

<u>MARGEN DE GANANCIA</u>	
S/ 21,681.00	100%
S/ 4,336.20	20%

Se puede apreciar que según la tabla 23 que el margen de ganancia de la asociación de ganaderos es de un margen del 20% esto quiere decir que por cada sol invertido ellos ganan un 0.20 centavos en la venta de carnes.

**Tabla 24:****Elementos del costo en la venta de cordero**

ELEMENTOS DEL COSTO EN LA VENTA DE CORDERO												
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SETIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
MATERIA PRIMA	19,200.00	24,000.00	17,600.00	18,400.00	19,200.00	17,600.00	18,400.00	19,200.00	21,600.00	18,400.00	17,600.00	19,200.00
MANO DE OBRA	930.00	930.00	930.00	930.00	930.00	930.00	930.00	930.00	930.00	930.00	930.00	930.00
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION	1,551.00	1,744.00	1,505.00	1,526.00	1,551.00	1,505.00	1,526.00	1,551.00	1,571.00	1,526.00	1,505.00	1,551.00
<b>TOTAL</b>	<b>21,681.00</b>	<b>26,674.00</b>	<b>20,035.00</b>	<b>20,856.00</b>	<b>21,681.00</b>	<b>20,035.00</b>	<b>20,856.00</b>	<b>21,681.00</b>	<b>24,101.00</b>	<b>20,856.00</b>	<b>S/ 20,035.00</b>	<b>21,681.00</b>

En la tabla 24, se determinó los costos directos e indirectos de la asociación de ganaderos del mercado de Vinocanchón de San Jerónimo, en los que se incurrió en el año 2019, donde observamos que el total de los costos directos para el año 2019 fue de S/260,172.00 y que el costo directo más alto es el que se realizó en el mes de febrero con un monto total de S/24,930.00, y el costo indirecto más elevado fue realizado en el mismo mes con un monto de S/1.744.00.

**Tabla 25:**  
**ESTADO DE RESULTADOS**

ESTADO DE RESULTADOS												
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SETIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
VENTAS	S/26,017.20	S/32,008.80	S/24,042.00	S/25,027.20	S/26,017.20	S/24,042.00	S/25,027.20	S/26,017.20	S/28,921.20	S/25,027.20	S/24,042.00	S/26,017.20
(-) COSTO DE VENTAS	S/20,130.00	S/24,930.00	S/18,530.00	S/19,330.00	S/20,130.00	S/18,530.00	S/19,330.00	S/20,130.00	S/21,600.00	S/19,330.00	S/18,530.00	S/20,130.00
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>S/5,887.20</b>	<b>S/7,078.80</b>	<b>S/5,512.00</b>	<b>S/5,697.20</b>	<b>S/5,887.20</b>	<b>S/5,512.00</b>	<b>S/5,697.20</b>	<b>S/5,887.20</b>	<b>S/7,321.20</b>	<b>S/5,697.20</b>	<b>S/5,512.00</b>	<b>S/5,887.20</b>
(-) GASTOS DE OPERACIÓN												
Gastos de administración	S/219.00	S/284.00	S/219.00	S/219.00	S/219.00	S/219.00	S/219.00	S/219.00	S/219.00	S/219.00	S/219.00	S/219.00
Gastos de ventas	S/1,332.00	S/1,460.00	S/1,286.00	S/1,307.00	S/1,332.00	S/1,286.00	S/1,307.00	S/1,332.00	S/1,352.00	S/1,307.00	S/1,286.00	S/1,332.00
<b>UTILIDAD OPERATIVA</b>	<b>S/4,336.20</b>	<b>S/5,334.80</b>	<b>S/4,007.00</b>	<b>S/4,171.20</b>	<b>S/4,336.20</b>	<b>S/4,007.00</b>	<b>S/4,171.20</b>	<b>S/4,336.20</b>	<b>S/5,750.20</b>	<b>S/4,171.20</b>	<b>S/4,007.00</b>	<b>S/4,336.20</b>
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	S/4,336.20	S/5,334.80	S/4,007.00	S/4,171.20	S/4,336.20	S/4,007.00	S/4,171.20	S/4,336.20	S/5,750.20	S/4,171.20	S/4,007.00	S/4,336.20
Impuestos	S/-	S/-	S/-	S/-	S/-	S/-	S/-	S/-	S/-	S/-	S/-	S/-
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>S/4,336.20</b>	<b>S/5,334.80</b>	<b>S/4,007.00</b>	<b>S/4,171.20</b>	<b>S/4,336.20</b>	<b>S/4,007.00</b>	<b>S/4,171.20</b>	<b>S/4,336.20</b>	<b>S/5,750.20</b>	<b>S/4,171.20</b>	<b>S/4,007.00</b>	<b>S/4,336.20</b>

En la tabla 25, se analizó la utilidad de la asociación de ganaderos del mercado mayorista Vinocanchón de San Jerónimo, periodo 2019, en el cual observamos que todos los meses del año tuvo utilidad neta, siendo la mayor utilidad en el mes de setiembre con el monto de S/ 5,750.20 y los meses con menor utilidad que fueron los meses de marzo, junio y noviembre con S/ 4,007.00.

**Tabla 26:****Costo directo del ganado**

<b>Producto</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Costo total</b>
Ganado vacuno	Nro de ganados	12	S/ 2,000.00	S/24,000.00
Mano de obra directa	Nro de Trabajadores	1	S/ 930.00	S/930.00
<b>Total de costos directos</b>				<b>S/24,930.00</b>

La tabla 26 de costos directos del ganado nos muestra la cantidad de vacuno que se vende aproximadamente en el mes, siendo su costo unitario del vacuno S/ 2,000.00 y el costo total de S/ 24,000.00. Por otro lado, tenemos a la mano de obra directa con S/ 930,00 y la suma del costo directo es de S/ 24,930.00.

**Tabla 27:****Costos indirectos del ganado vacuno**

<b>Costos indirectos</b>	<b>Cantidad</b>	<b>C/U</b>	<b>Costo mensual</b>
Transporte al camal	12	S/15.00	S/180.00
Pago a los ayudantes	1	S/930.00	S/930.00
<b>Total de costos indirectos</b>			<b>S/1,110.00</b>

En la tabla 27 de costos indirectos del ganado podemos observar que los socios consideran el transporte de los animales de las ferias hacia el camal con un costo por unidad de S/15.00 que se hace un total de S/180.00 y el pago a los ayudantes del transporte y del corte de carnes con un pago de S/ 930.00 estas dos cantidades hace que se tenga en un mes un costo indirecto de S/ 1,110.00.

**Tabla 28:****Costos operativos del ganado vacuno**

<b>Concepto</b>	<b>S/</b>
Costos directos	S/ 24,930.00
Costos indirectos	S/ 1,110.00
<b>Total de costos operativos</b>	<b>S/ 26,040.00</b>



Los costos operativos que se muestran en la tabla 28 son los costos directos, esto refleja el costo de la compra del ganado vacuno y por otro lado tenemos a los costos indirectos, tales costos son necesarios y se tomó en cuenta para determinar con mayor precisión cuánto es su costo en los que se incurre llegando a ser en un mes el monto de S/26,040.00 estos resultados se verán reflejados adelante en una tabla detallada y posteriormente determinar la rentabilidad según el estudio de costos que se realiza.

**Tabla 29:**

**Elementos del costo en la venta del ganado vacuno**

ELEMENTOS DEL COSTO EN LA VENTA DEL GANADO VACUNO		
<b>MATERIA PRIMA</b>		<b>S/ 24,000.00</b>
<b>MANO DE OBRA</b>		<b>S/ 930.00</b>
<b>COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION</b>		<b>S/ 2,553.00</b>
Servicio de agua	S/ 10.00	
Servicio de electricidad	S/ 30.00	
Servicio de teléfono	S/ 20.00	
Servicio de transporte del camal al mercado	S/ 180.00	
Herramientas y maquinarias	S/ 30.00	
Ayudantes, cargadores y estibadores	S/ 1,860.00	
Inspección sanitaria del vacuno	S/ 174.00	
Pago por limpieza	S/ 4.00	
Suministros de limpieza	S/ 30.00	
Bolsas y empaque	S/ 60.00	
Otros materiales para empaque	S/ 30.00	
Publicidad	S/ 10.00	
Cuotas para la asociación	S/ 100.00	
Otros costos indirectos	S/ 15.00	
<b>TOTAL</b>		<b>S/ 27,483.00</b>

En esta tabla 29 elementos del costo en la venta del ganado vacuno se muestra los costos indirectos que los socios incurren para el proceso de la venta de carnes, tales costos no son considerados por los socios, porque no consideraban importante ni tenían en cuenta que estos costos influyen directamente al precio del producto y como se muestra el total de los costos indirectos son de S/ 1,551.00 y tomaremos en cuenta para determinar con mayor precisión la rentabilidad.

**Tabla 30:****Margen de ganancia**

MARGEN DE GANANCIA	
S/ 27,483.00	100%
S/ 5,496.60	20%

Según la tabla 30 se puede apreciar que el margen de ganancia de la asociación de ganaderos del mercado de Vinocanchón es de un 20%.

**Tabla 31:****Elementos del costo en la venta de ganado**

ELEMENTOS DEL COSTO EN LA VENTA DE GANADO												
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SETIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
MATERIA PRIMA	S/24,000.00	S/26,000.00	S/24,000.00	S/22,000.00	S/24,000.00	S/24,000.00	S/24,000.00	S/24,000.00	S/26,000.00	S/22,000.00	S/24,000.00	S/24,000.00
MANO DE OBRA	S/930.00	S/930.00	S/ 930.00	S/ 930.00	S/930.00	S/930.00	S/930.00	S/ 930.00	S/ 930.00	S/ 930.00	S/930.00	S/930.00
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION	S/2,553.00	S/2,635.00	S/2,553.00	S/ 2,473.50	S/2,553.00	S/2,553.00	S/2,553.00	S/ 2,553.00	S/2,635.00	S/2,473.50	S/2,553.00	S/2,553.00
<b>TOTAL</b>	<b>S/27,483.00</b>	<b>S/ 29,565.00</b>	<b>S/27,483.00</b>	<b>S/25,403.50</b>	<b>S/27,483.00</b>	<b>S/27,483.00</b>	<b>S/27,483.00</b>	<b>S/27,483.00</b>	<b>S/29,565.00</b>	S/25,403.50	S/ 27,483.00	S/27,483.00

En la tabla 31, se determinó los costos directos e indirectos de la venta de ganado de la asociación de ganaderos del mercado de Vinocanchón de San Jerónimo en los que se incurrió en el año 2019, donde observamos que el total de los costos directos e indirectos para el año 2019 fue de S/329,801.00 y que el costo directo más alto es el que se realizó en los meses de febrero y setiembre con un monto total de S/26,930.00, y el costo indirecto más elevado fue realizado en los mismos meses con un monto de S/2.635.00.

**Tabla 32:**  
**Estado de resultados**

ESTADO DE RESULTADOS												
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SETIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
VENTAS	S/32,979.60	S/35,478.00	S/32,979.60	S/30,484.20	S/32,979.60	S/32,979.60	S/32,979.60	S/32,979.60	S/35,478.00	S/30,484.20	S/32,979.60	S/32,979.60
(-)COSTO DE VENTAS	S/24,930.00	S/26,930.00	S/24,930.00	S/22,930.00	S/24,930.00	S/24,930.00	S/24,930.00	S/24,930.00	S/26,930.00	S/22,930.00	S/24,930.00	S/24,930.00
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>S/8,049.60</b>	<b>S/8,548.00</b>	<b>S/8,049.60</b>	<b>S/7,554.20</b>	<b>S/8,049.60</b>	<b>S/8,049.60</b>	<b>S/8,049.60</b>	<b>S/8,049.60</b>	<b>S/8,548.00</b>	<b>S/7,554.20</b>	<b>S/8,049.60</b>	<b>S/8,049.60</b>
(-)GASTOS DE OPERACIÓN												
Gastos de administración	S/239.00	S/271.00	S/239.00	S/219.00	S/239.00	S/239.00	S/239.00	S/239.00	S/271.00	S/219.00	S/239.00	S/239.00
Gastos de ventas	S/2,314.00	S/2,364.00	S/2,314.00	S/2,254.50	S/2,314.00	S/2,314.00	S/2,314.00	S/2,314.00	S/2,364.00	S/2,254.50	S/2,314.00	S/2,314.00
<b>UTILIDAD OPERATIVA</b>	<b>S/5,496.60</b>	<b>S/5,913.00</b>	<b>S/5,496.60</b>	<b>S/5,080.70</b>	<b>S/5,496.60</b>	<b>S/5,496.60</b>	<b>S/5,496.60</b>	<b>S/5,496.60</b>	<b>S/5,913.00</b>	<b>S/5,080.70</b>	<b>S/5,496.60</b>	<b>S/5,496.60</b>
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>S/5,496.60</b>	<b>S/5,913.00</b>	<b>S/5,496.60</b>	<b>S/5,080.70</b>	<b>S/5,496.60</b>	<b>S/5,496.60</b>	<b>S/5,496.60</b>	<b>S/5,496.60</b>	<b>S/5,913.00</b>	<b>S/5,080.70</b>	<b>S/5,496.60</b>	<b>S/5,496.60</b>
Impuestos	S/ -	S/ -	S/ -	S/ -	S/ -	S/ -	S/ -	S/ -	S/ -	S/ -	S/ -	S/ -
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>S/5,496.60</b>	<b>S/5,913.00</b>	<b>S/5,496.60</b>	<b>S/5,080.70</b>	<b>S/5,496.60</b>	<b>S/5,496.60</b>	<b>S/5,496.60</b>	<b>S/5,496.60</b>	<b>S/5,913.00</b>	<b>S/5,080.70</b>	<b>S/5,496.60</b>	<b>S/5,496.60</b>

En la tabla 32, se analizó la utilidad de la asociación de ganaderos del mercado mayorista Vinocanchón de San Jerónimo, periodo 2019, en el cual observamos que todos los meses del año tuvo utilidad neta, siendo como un dato relevante que en los doce meses se tuvo una rentabilidad no mayor a S/6,000.00 siendo en los meses de febrero y septiembre los meses que estuvieron más cercanos a dicho monto.

#### 4.1.3. Resultados con respecto a la rentabilidad económica

**Tabla 33:**

##### **Rentabilidad del ovino**

<b>RENTABILIDAD DEL OVINO</b>			
<b>Conceptos</b>		<b>Soles</b>	<b>%</b>
Costos operativos	S/	20,370.00	100
Margen de utilidad	S/	4,074.00	20
<b>Precio de venta</b>	<b>S/</b>	<b>24,444.00</b>	<b>120</b>

La tabla 33 de rentabilidad muestra lo siguiente, el margen de utilidad según los socios es del 20% del total de sus costos operativos. El valor de venta está comprendido por la suma de los costos operativos más el margen de utilidad que representado en porcentaje, la suma asciende a 120% y expresado en términos monetarios es S/ 24,444.00.

**Tabla 34:**

##### **Rentabilidad del ovino con estudio de costos operativos**

<b>Conceptos</b>		<b>Soles</b>	<b>%</b>
Costos	S/	20,130.00	
Gastos operativos	S/	1,551.00	
<b>Valor de venta</b>	S/	21,681.00	100
Margen de utilidad	S/	4,336.20	20
<b>Costo de venta</b>	<b>S/</b>	<b>26,017.20</b>	<b>120</b>
Impuestos	S/	-	
<b>Precio de venta</b>	<b>S/</b>	<b>26,017.20</b>	

Esta tabla 34 de rentabilidad de ovino – estado de resultados, según el estudio que se realizó nos sirvió para determinar y conocer con más precisión los costos que se realizan durante el proceso para la venta de carnes pues son muy importantes así de esta manera les ayudará a tener mejor control en sus costos y después determinar la rentabilidad de manera certera y saber si realmente están ganando o no, el porcentaje que ellos determinan es de manera empírica, por otro lado en el tema de los impuestos, pues son exonerados del IGV, como se observa en esta tabla los impuestos no tienen monto alguno porque la venta e importación de animales ganado ovino, vacuno y otros animales así como lo señala el TUO de la ley del impuesto general a las

ventas e impuesto selectivo al consumo decreto supremo N° 055-99-EF en el apéndice 1 nos dice que son operaciones exonerados del IGV.

**Tabla 35:**

**Diferencia de la rentabilidad**

Conceptos	S/
Rentabilidad según los socios	S/ 4,074.00
Rentabilidad según estudio de costos	S/ 4,336.20
<b>Diferencia de Rentabilidad</b>	<b>S/ 262.20</b>

Como se puede observar en esta tabla 35, los socios indicaron que su rentabilidad o margen de utilidad aproximadamente es del 20% y expresado en términos monetarios ellos creen que su rentabilidad es de S/ 4,074.00 esto se debe porque no toman en consideración todos aquellos costos que son parte de las operaciones para el proceso de la venta de carnes, y en comparación de la rentabilidad según el estudio de costos que se realizó podemos observar que sí se tomó en cuenta todos los costos indirectos que son los servicios y demás ya antes mencionados en la tabla de los costos indirectos, también podemos observar que la rentabilidad resulta mayor, a S/4,336.20 siendo una diferencia de S/262.20, esto quiere decir que si los socios venderían sus productos considerando todos los costos en que incurren tendrían mejor control de sus costos y por supuesto generarían mayor rentabilidad.

**Tabla 36:**

**Diferencia de la Rentabilidad Económica**

Rentabilidad mensual	Rentabilidad anual
Rentabilidad	S/262.20
Meses	12
	<b>S/ 3,146.40</b>

En la tabla N°36 se puede apreciar la diferencia de la rentabilidad económica de la asociación de ganaderos del mercado mayorista Vinocanchón, se obtuvo una diferencia de S/262.20 esto nos indica que tienen un mejor incremento si considerarían tener personal del área contable es

así que en el periodo 2019 ellos tuvieron una rentabilidad de S/3,146.40 en la venta de carnes del ovino.

**Tabla 37**

**Rentabilidad del ganado vacuno**

<b>RENTABILIDAD DEL GANADO VACUNO</b>		
<b>Conceptos</b>	<b>Soles</b>	<b>%</b>
Costos operativos	S/26,040.00	100
Margen de utilidad	S/5,208.00	20
<b>Precio de venta</b>	<b>S/31,248.00</b>	<b>120</b>

En la tabla 37 se muestra lo siguiente, el margen de utilidad según los socios es del 20% del total de sus costos operativos, el precio de venta está comprendido por la sumatoria de los costos operativos y el margen de utilidad que en porcentaje representa el 120% y en términos monetarios es S/ 31,248.00.

**Tabla 38:**

**Rentabilidad del ganado vacuno con estudio de costos operativos**

<b>RENTABILIDAD DE GANADO VACUNO</b>			
<b>Conceptos</b>		<b>Soles</b>	<b>%</b>
Costos	S/	24,930.00	
Gastos operativos	S/	2,553.00	
<b>Valor de venta</b>	S/	<b>27,483.00</b>	<b>100</b>
Margen de utilidad	S/	5,496.60	20
<b>Costo de venta</b>	<b>S/</b>	<b>32,979.60</b>	<b>120</b>
Impuestos	S/	-	
<b>Precio de venta</b>	<b>S/</b>	<b>32,979.60</b>	

Esta tabla 38 de rentabilidad del ganado según el estudio de costos que se realizó nos sirvió para determinar con mayor precisión el margen de utilidad, el cual nos indicaron que su rentabilidad obtenida en promedio es del 20% aproximadamente con un monto que asciende a S/5,496.60. Por otro lado los costos operativos están comprendidos por los costos directos e indirectos, el valor de venta se obtiene adicionándole el margen de utilidad que es el monto de

S/ 32,979.60 y para determinar el precio de venta se incluyen los impuestos y como se puede observar en esta tabla los impuestos no tiene monto, esto se debe a que la venta e importación de animales ganado ovino, vacuno según el TUO de la ley del impuesto general a las ventas e impuesto selectivo al consumo del decreto supremo N°055-99-EF en el apéndice 1 nos dice que son operaciones exonerados del IGV.

**Tabla 39:**

**Diferencia de la rentabilidad**

<b>Conceptos</b>		<b>S/</b>
Rentabilidad según los socios	S/	5,208.00
Rentabilidad según estudio de costos	S/	5,496.60
<b>Diferencia de Rentabilidad</b>	<b>S/</b>	<b>288.60</b>

En la tabla 39 de diferencia de estudio de costos del ovino se observa que la rentabilidad según el estudio de costos es mayor que la rentabilidad según los socios ya que al aplicar el mismo porcentaje de utilidad sobre el valor venta del estudio de costos esta resulta mayor ya que se considera a los costos directos e indirectos que no consideran los socios.

**Tabla 40:**

**Diferencia de la Rentabilidad Económica**

<b>Diferencia de la Rentabilidad mensual</b>		<b>Rentabilidad anual</b>
Rentabilidad	S/288.60	
Meses	12	<b>S/ 3,463.20</b>

En la tabla N°40 se puede apreciar la rentabilidad económica de la asociación de ganaderos del mercado mayorista Vinocanchón, se obtuvo una diferencia de rentabilidad mensual de S/288.60 es así que en el periodo 2019 si ellos tuvieran un mejor control en sus costos tendrían una rentabilidad de S/ 3,463.20 en la venta de carnes del ganado vacuno.



## 4.2. Discusión de resultados

De los resultados obtenidos en la presente investigación coincidimos con Ramos, (2014) debido a que su investigación se pudo evidenciar que el 100% de las microempresas fabricantes de bloques del sector de la Cangahua no poseen un control adecuado de los elementos del costo; y, por lo tanto, no existe una distribución correcta en el costo de los productos; además, estas microempresas se basan en la competencia para estimar sus costos. El cálculo del Margen Bruto dentro de los índices de rentabilidad es un factor muy importante para la toma de decisiones; ya que, se pueden hacer negocios de manera más eficiente porque se tiene un mejor panorama de cuánto se desea obtener de ganancia en las ventas. Sin embargo, se pudo evidenciar que estas microempresas no tienen claro realmente la rentabilidad le generan sus productos, esto se debe a que simplemente se basan en la experiencia que cada uno tiene en el negocio de la fabricación de bloques y por tanto sus productos son vendidos según lo determinado por la competencia y el medio en el que se genera su actividad económica. Del mismo modo se pudo ver en la presente investigación que la asociación de ganaderos del mercado mayorista Vinocanchón no cuentan con un profesional del área contable cosa que se pudo ver en la rentabilidad de los negocios desestimando un porcentaje de la ganancia, contar con un profesional de contabilidad no solo hará que tengan un mejor detalle de sus ganancias, sino que también podrán tener una mejor toma de decisiones en base a sus resultados y de esta manera poder incrementar sus ventas.

Por otra parte también compartimos lo señalado por Salinas, (2015) en dicha investigación se pudo ver que la empresa en estudio existe un inadecuado sistema de costos, pues sus controles no son buenos ni ordenados y la generación de la data e información obtenida no permite la adecuada determinación de la rentabilidad real La asignación de precios por parte de la empresa, está basada en reglas de la administración, podemos indicar que este tipo de toma de precios no tiene un sustento técnico lo cual es inadecuado, empírico e imaginario el

sistema de costeo que se realizó. Estos resultados también se pueden contrastar con la presente investigación debido a que la asociación de ganaderos de Vinocanchón no llevan un adecuado control de sus costos directos e indirectos afectando en gran medida a sus estimados, esto es causado por que los comerciantes también trabajan de acuerdo a supuestos y no llevan un adecuado manejo de sus costos.

Asimismo, compartimos lo señalado por Vargas, (2016) Realizando el diagnóstico de la empresa Alpaca Color S.A. se comprobó que no cuenta con un sistema de costos que le permita calcular los costos en los que incurren para fabricar, elaborar sus productos. También se observó que la empresa Alpaca Color S.A. utiliza un control de costos de producción de manera empírica, debido a la falta de métodos implementados para cubrir dicho objetivo. Es por ello que la información procesada a veces es inexacta, del mismo modo con el antecedente mencionado, se puede ver que es de vital importancia llevar un adecuado manejo de la contabilidad ya sea para una empresa o para una asociación como es el caso de la presente investigación.

## CONCLUSIONES

**PRIMERO:** Luego de haber realizado el trabajo de investigación, como se puede observar en la tabla N°21, que es donde se muestra como respuesta al planteamiento del objetivo general propuesto en la investigación se determinó que los Costos operativos son S/ 20,370.00 en la venta de la carne de cordero, así también en la tabla N°28 se determinó que los costos operativos son de S/ 26,040.00. Y en cuanto a la rentabilidad después de la aplicación del ROA, se ha podido concluir que si existe rentabilidad del 20% en todo lo invertido en el activo total de la asociación de ganaderos del mercado mayorista de Vinocanchón del distrito de San Jerónimo.

**SEGUNDA:** En la asociación de ganaderos del mercado mayorista de Vinocanchón de acuerdo a la tabla N°19, se refleja que el costo directo es de S/20,130.00 y S/24,930.00 siendo del ovino y del ganado vacuno respectivamente.

**TERCERA:** En la Asociación de ganaderos de acuerdo a la tabla N°24, se refleja que el costo indirecto más alto fue desarrollado en el mes de febrero con un monto de S/ 1,744.00 para la venta de cordero, y de la misma manera los costos indirectos más altos en la venta del ganado vacuno fueron en dos meses, en febrero y septiembre con un monto de S/. 2,635.00 perteneciente los costos de todo lo incurrido.

**CUARTA:** En referencia a la rentabilidad, se concluye que la inversión en su patrimonio de la asociación de ganaderos del mercado de Vinocanchón, es de forma positiva arrojando una rentabilidad de 0.20 céntimos por cada sol invertido en mercadería. De la misma manera en referencia a la inversión en su activo total la asociación de ganaderos es de forma positiva arrojando una rentabilidad de 0.20 céntimos por cada sol invertido en su activo total.

## RECOMENDACIONES

**PRIMERO:** A la asociación de ganaderos del mercado Vinocanchón se recomienda implementar un sistema de costos de acuerdo a las características de la asociación de ganaderos para determinar de manera real y confiable la rentabilidad que se genera en la venta de carnes y con ello reducir costos innecesarios y optimizar sus recursos.

**SEGUNDO:** A la asociación de ganaderos del mercado Vinocanchón también se le recomienda tener un registro de los costos directos que les permita tener un mayor control de los costos que se realiza porque el control de los costos juega un rol muy importante dentro de la asociación desde que inician hasta el fin de sus actividades, por ende, el no cumplir con lo antes mencionado perjudicará la parte rentable. Entonces se debe tomar en cuenta esta recomendación para que de esta manera será posible cuantificar sus costos con exactitud y así utilizar los recursos que posee con racionalidad.

**TERCERO:** La asociación de ganaderos del mercado Vinocanchón debe darle mayor importancia a los costos indirectos para conocer y determinar con mayor exactitud la rentabilidad y tener mejores controles en el proceso de las ventas y así determinar de manera real su rentabilidad.

**CUARTA:** La asociación de ganaderos del mercado Vinocanch no debe fiarse de la rentabilidad empírica que los socios determinan, porque no se está determinando de manera correcta la rentabilidad, es recomendable tomar en cuenta que un profesional contable lleve a cabo el control de sus costos para de esta manera mejorar la gestión de sus recursos, mitigar el exceso de los costos operativos y potenciar la rentabilidad.

## REFERENCIAS

- Asturias Corporación Universitaria. (2017). Clasificación de los costos. *Asturias Corporación Universitaria*, 10.
- Cabezas, E. A. (2018). *Introducción a la metodología de la investigación científica*. Ecuador: Universidad de la Fuerzas Armadas ESPE. Obtenido de file:///C:/Users/usuario/Downloads/Introduccion%20a%20la%20Metodologia%20de%20la%20investigacion%20cientifica.pdf
- Cadena, P. R. (2017). Metodos cuantitativos, metodos cualitativos o su combinación en la investigación: un acercamiento en las ciencias sociales. *Rev. Mex. Cienc. Agríc*, 1603-1617. Obtenido de <http://www.scielo.org.mx/pdf/remexca/v8n7/2007-0934-remexca-8-07-1603.pdf>
- Carrión, S. P. (2011). *Control de la calidad de la carne municipal de la ciudad de Piñas provincia de el Oro*. Piñas .
- Caymansseo. (26 de Mayo de 2018). *Caymansseo*. Obtenido de <http://caymansseo.com/que-es-un-costo-en-contabilidad>
- Contabilidad de costos. (2009). En T. d. Quijano. Bucaramanga: Porter. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/coste-costo.html>
- Contreras, N., & Diaz, E. (2015). Estructura financiera y rentabilidad: Origen, teorías y definiciones. *Valor contable*, 2, 35-44.
- Contreras, V. C. (2020). *Metodología de la investigación*. Lima Perú: Universidad San Martín de Porres. Obtenido de file:///C:/Users/usuario/Downloads/METODOLOGIA%20DE%20INVESTIGACION%20(1).pdf
- Cruz, P., Torres, A., Cruz, G., & Juárez, J. (2016). Metodología para medir la rentabilidad de un proyecto de inversión. *3C Empresa*, 5(4), 11. doi:<http://dx.doi.org/10.17993/3comp.2016.050428.1-11/>
- Daza, J. (2016). Crecimiento y rentabilidad empresarial en el sector industrial brasileño. *Contaduría y administración*, 52-55.
- Debitoor. (s.f.). *Debitoor*. Obtenido de <https://debitoor.es/glosario/definicion-proveedor>
- DF Consultores Estudio Contable Notarial. (2016). Obtenido de <http://dfconsultores.com.uy/novedades/22-que-es-la-rentabilidad-y-utilidad-de-un-negocio.html#:~:text=La%20rentabilidad%20es%20la%20capacidad,quando%20genera%20mayores%20ingresos%20que>
- El Peruano. (22 de Julio de 2017). Ley 26569. *El Peruano*, pág. 10. Obtenido de <https://busquedas.elperuano.pe/normaslegales/ley-que-modifica-el-articulo-3-de-la-ley-26569-que-establece-ley-n-30642-1555415-2/>
- Figueredo, A., & León, R. (2018). Procedimiento para el procesamiento de información científica en la DPI de la carrera Ingeniería Foresta. *Universidad de Granma – UDG, Cuba*, 47.
- Florecostos. (s.f.). Obtenido de <https://florecostos.wordpress.com/?s=elementos+del+costo>

- García Holgado, L., & Montufar Fernández, H. (s.f.). *Determinación de los costos de posesión, operación y el nivel de rentabilidad de la empresa de servicios García*. Universidad, Cusco.
- García, B. E. (2013). *Contabilidad de costos en la alta gerencia*. Obtenido de [http://www.ingenieria.unam.mx/~materia/cfc/costos\\_sist/costos.html](http://www.ingenieria.unam.mx/~materia/cfc/costos_sist/costos.html)
- García, B. E. (2013). *Contabilidad de Costos en la Alta Gerencia*. Bogotá: Nueva Legislación Ltda.
- Gascó, T. (25 de Setiembre de 2019). *numdea*. Obtenido de [https://numdea.com/costo-operacional.html#Los\\_costes\\_que\\_dependen\\_de\\_su\\_naturaleza](https://numdea.com/costo-operacional.html#Los_costes_que_dependen_de_su_naturaleza)
- Gómez, P. (2018). Costos ABC presupuesto empresarial y estrategias gerenciales. *Scielo*, 75.
- Hernández, C., & Carpio, N. (2019). Introducción a los tipos de muestreo. *Metodología de investigación*. Obtenido de <https://lamjol.info/index.php/alerta/article/view/7535/7746>
- Hernández, R. y. (2018). *Metodología de la investigación*. México: McGRAW-HILL INTERAMERICANA EDITORES, S.A. doi:<https://docer.com.ar/doc/xvsc10c>
- Hernández, R., & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. México: McGraw-Hill Interamericana Editores.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2013). *Metodología de la investigación*. México: McGrawHill.
- INEI- Instituto Nacional de Estadística e Informática. (Agosto de 2017). Obtenido de [https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones\\_digitales/Est/Lib1447/libro.pdf](https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1447/libro.pdf)
- Jesús, L. A. (2004). *Rentabilidad Empresarial propuesta Práctica de Análisis y Evaluación*. Madrid: Imprenta Modelo, S.L.
- La Gestión. (13 de julio de 2018). Finanzas Perú. *La Gestión*, págs. 10-12. Obtenido de <http://www.finanzasperuweb.com/estructura-de-costos/>
- Llanes, M. D. (s.f.). *ANÁLISIS CONTABLE CON UN ENFOQUE EMPRESARIAL*. Obtenido de <https://www.eumed.net/libros-gratis/2012b/1229/que-es-rentabilidad.html>
- Llanes, M. D. (2012). *Análisis contable con un enfoque empresarial*. Eumed.
- Llanes, M. D. (2012). *Análisis contable con un enfoque empresarial*. Fundación Universitaria Andaluza Inca Garcilaso.
- López, M., & Gómez, X. (2018). *Gestión de costos y precios*. Ciudad de México: Patria.
- López, P., & Fachelli, S. (2017). *Metodología de la investigación social cuantitativa*. Barcelona : Universidad Aut6noma de Barcelona .
- López, V., & Nevado, D. (2013). *Gestione y controle el valor integral de su empresa: Análisis integral: Modelos, Informes financieros y capital intelectual para rediseñar la estrategia*. Ediciones Díaz de Santos.
- Meza Martínez, V. (s.f.). *La gestión estratégica de costos en la rentabilidad en las empresas de ensamblaje e instalación de ascensores en Lima Metropolitana*. Universidad San Martín de Porres, Lima.

- Ministerio de desarrollo agrario y riego . (s.f.). Obtenido de <https://www.gob.pe/midagri>
- Ministerio de desarrollo agrario y riego . (s.f.). Obtenido de <https://www.minagri.gob.pe/portal/marco-legal/normas-legales66/decretos-supremos68/2012/8235-decreto-supremo-n015-2012-ag>
- Montoya, M. (2009). *Modelo empresarial en ortodoncia: costos y rentabilidad*. Universidad de Antioquia.
- Moreno, D. (14 de Marzo de 2018). [/www.finanzasparamortales.es](http://www.finanzasparamortales.es). Obtenido de <https://www.finanzasparamortales.es/que-es-la-rentabilidad/>
- Municipalidad Distrital de San Jerónimo. (Julio de 2016). *Reglamento de organización y funciones de la Municipalidad Distrital de San Jerónimo*. Obtenido de <http://www.munisanjeronimocusco.gob.pe/PDF/ROF/ROF.pdf>
- Nuño, P. (7 de Setiembre de 2017). *Emprendepyme.net*. Obtenido de <https://www.emprendepyme.net/costes-operativos.html>
- Nuño, P. (04 de Setiembre de 2017). *www.emprendepyme.net*. Obtenido de <https://www.emprendepyme.net/costes-operativos.html>
- Ortiz, A., & Rivero, G. (2006). *Estructuración de Costos: Conceptos y Metodología*. USA: Pact.
- Pedrosa, S. J. (Enero de 2019). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/gasto.html>
- Polo, B. E. (2013). *Contabilidad de Costos en la Alta Gerencia*. Bogota: Grupo Editorial Nueva Legislacion LTDA. Obtenido de [https://www.academia.edu/25683284/Libro\\_de\\_costos\\_1\\_](https://www.academia.edu/25683284/Libro_de_costos_1_).
- Puente, M., & Andrade, F. (2016). Relacion entre la diversificacion de productos y la rentabilidad empresarial. *Ciencia Unemi*, 9(18), 73-80.
- Quijano, T. d. (2009). *Libro práctico de Contabilidad de Costos*. Bucaramanga : Porter.
- Raffino, M. E. (30 de Junio de 2020). *Concepto.de*. Obtenido de <https://concepto.de/rentabilidad/>
- Ramos Villaran, J. V. (s.f.). *Siatema de costos y rentabilidad en la microempresa de fabricacion de bloques en el sector de cangalua*. Universidad Tecnica de Ambato, Facultad de Contabilidad y Auditoria, Ambato.
- Reviso. (2002-2017). *Reviso*. Obtenido de <https://www.reviso.com/es/que-es-un-proveedor>
- Rosa, I., Rondán, F., & Díez, E. (2020). *Gestión de precios*. ESIC.
- Rubert, D. (2018). *La cuenta, por favor: La gestión de negocios de restauración*. Planeta Gastro.
- Salinas Bonilla, G. V. (s.f.). *los costo de produccion y su efecto en la rentabilidad de la planta fibra de vidrio* . Universidad Tecnica de Ambato, Ambato.
- Sanchez Galan, J. (2017). *economipedia.com*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/coste-costo.html>
- Santiesteban, E., Fuentes, V., Leyva, E., Lozada, D., & Cantero, H. (2011). *Análisis de la Rentabilidad Económica*. Cuba: Universitaria.

- Segura, A. S. (1994). La Rentabilidad Económica y Financiera de la Gran Empresa Española. Análisis de los factores determinantes. *Revista Española de Financiación y Rentabilidad*, 161-164.
- SENASA. (2015). Obtenido de <https://www.senasa.gob.pe/senasa/que-es-senasa/>
- Sevilla, A. (2018). *economipedia.com*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/rentabilidad.html>
- Significados. (2013-2019). Obtenido de <https://www.significados.com/cliente/>
- Storyboardthat*. (s.f.). Obtenido de <https://www.storyboardthat.com/es/business-terms/costo-operacional>
- Torres, M. (2017). Metodos de recoleccion de datos para una investigación. *Facultad de Ingeniería - Universidad Rafael Landívar*, 4.
- Vargas Alfaro, J. (s.f.). *Implantacion de una sistema de costos por procesos y su efecto en la rentabilidad de la empresa alpaca color*. Universidad Autonoma del Peru, Lima.
- Wikipedia. (08 de Mayo de 2019). *wikipedia*. Obtenido de <https://es.wikipedia.org/wiki/Matadero>
- www.mef.gob.pe*. (2003). Obtenido de [https://www.mef.gob.pe/contenidos/presu\\_publico/capacita/programacion\\_formulacion\\_presupuestal2012/Anexos/ley27972.pdf](https://www.mef.gob.pe/contenidos/presu_publico/capacita/programacion_formulacion_presupuestal2012/Anexos/ley27972.pdf)
- www.senasa.gob.pe*. (2015). Obtenido de <https://www.senasa.gob.pe/senasa/que-es-senasa/>
- Yajahuanca, J. A. (2017). *Estudio de la comercialización del ganado vacuno en el distrito de Canchaque, provincia de Huancabamba*. Piura.
- Yermanos, E., & Correa, L. (2011). *Contabilidad Administrativa un enfoque gerencial de Costos*. Cali.
- Zurita, T., Pucutay, J., Cordova, I., & Leon, L. (2019). Estrategias financieras para incrementar la rentabilidad. Caso: Empresa Indema Peru S.A.C. *Universidad Norbert Wiener, Perú*, 30-41.



# ANEXOS

## Matriz de Consistencia

### ANEXO 1: COSTOS OPERATIVOS Y LA RENTABILIDAD EN LA ASOCIACION DE GANADEROS DEL MERCADO VINOCANCHON DEL DISTRITO DE SAN JERONIMO, CUSCO – 2019

Problema General	Objetivo General	Variables	Metodología de la Investigación
¿Cuáles son los costos operativos y la rentabilidad en la asociación de ganaderos del mercado Vinocanchón del distrito de San Jerónimo, Cusco - 2019?	Determinar los costos operativos y la rentabilidad en la asociación de ganaderos del mercado Vinocanchón del distrito de San Jerónimo, Cusco - 2019.	<p><b>Variable Independiente</b></p> <p>Costos Operativos</p>	<p><b>Tipo de investigación:</b></p> <p>Básica</p>
<b>Problemas Específicos</b>	<b>Objetivos Específicos</b>		
¿Cuáles son los costos directos en la asociación de ganaderos del mercado Vinocanchón del distrito de San Jerónimo, Cusco - 2019?	Determinar los costos directos en la asociación de ganaderos del mercado Vinocanchón del distrito de San Jerónimo, Cusco - 2019.		<p><b>Enfoque:</b></p> <p>Cuantitativo</p>
¿Cuáles son los costos indirectos en la asociación de ganaderos del mercado Vinocanchón del distrito de San Jerónimo, Cusco - 2019?	Determinar los costos indirectos en la asociación de ganaderos del mercado Vinocanchón del distrito de San Jerónimo, Cusco - 2019.	<p><b>Variable Dependiente</b></p> <p>Rentabilidad</p>	<p><b>Alcance:</b></p> <p>Descriptivo</p>
¿Cómo es la rentabilidad económica en la asociación de ganaderos del mercado Vinocanchón del distrito de San Jerónimo, Cusco - 2019?	Identificar la rentabilidad económica en la asociación de ganaderos del mercado Vinocanchón del distrito de San Jerónimo, Cusco - 2019.		<p><b>Diseño:</b></p> <p>No Experimental</p>

## Operacionalización de Variables

VARIABLES	CONCEPTO	DIMENSIONES	INDICADORES
<p style="text-align: center;">VARIABLE INDEPENDIENTE:  COSTOS OPERATIVOS</p>	<p>Los costes operativos de una empresa se generan cuando la actividad del proyecto empresarial o negocio esté en plena operación, funcionamiento y desarrollo. En el momento que el negocio finalizara su actividad, este tipo de costos como es razonable dejarían de funcionar o producirse, entonces ya no se tendría personal a quienes pagar, ni materiales de oficina u otros suministros, tampoco nos haría falta un local donde desarrollar las actividades y por lo tanto no se pagaría más los alquileres. (Nuño, Emrendepyme.net, 2017)</p>	<p style="text-align: center;">Costos directos</p>	<p>Reporte de compras Remuneración</p>
		<p style="text-align: center;">Costos indirectos</p>	<p>Comisiones Gastos de personal Servicio de agua Servicio de luz Licencia de funcionamiento Artículos de limpieza</p>
<p style="text-align: center;">VARIABLE DEPENDIENTE:  RENTABILIDAD</p>	<p>Es la remuneración que una empresa es capaz de dar a los elementos de producción puestos a su disposición para desarrollar su actividad económica. Es considerado también como medida de la eficiencia y eficacia de los elementos de producción y financieros. (Llanes, s.f.).</p>	<p style="text-align: center;">Rentabilidad económica</p>	<p>Reporte de ventas Margen de ventas Margen de utilidad bruta Margen de utilidad neta Margen operacional</p>

**Instrumentos de Recolección de Información**  
**UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO**

**CUESTIONARIO**

Con la finalidad de recabar información para la tesis "COSTOS OPERATIVOS Y LA RENTABILIDAD EN LA ASOCIACION DE GANADEROS DEL MERCADO VINOCANCHON DEL DISTRITO DE SAN JERONIMO, CUSCO – 2019", sírvase llenar el presente cuestionario, el cual será anónimo y servirá para el presente trabajo de investigación.

**1. ¿PARA TENER UN CONTROL DE SUS COSTOS Y GASTOS EN LA VENTA DE CARNE, UD. LLEVA CONTABILIDAD?**

SI ( )

NO ( )

**2. ¿MANEJA UD. UN CUADERNO DE COMPRAS?**

SI ( )

NO ( )

**3. ¿UTILIZA ALGUN MECANISMO PARA CONTROL DE SUS MERCADERIAS?**

SI ( )

NO ( )

**4. ¿COMO REALIZA EL PAGO AL PERSONAL QUE TRABAJA CON UD.?**

JORNAL ( )

SEMANAL ( )

QUINCENAL ( )

MENSUAL ( )

**5. ¿EL PERSONAL QUE TRABAJA CON USTED ESTA EN PLANILLA?**

SI ( )

NO ( )

**6. ¿PAGA USTED POR CONCEPTO DE LIMPIEZA DEL MERCADO VINOCANCHON?**

SI ( )

NO ( )

**7. ¿PAGA LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO POR LA VENTA DE CARNE?**

SI ( )

- NO ( )
8. **¿PAGA UD. POR EL PROCESO DE BENEFICIO DEL GANADO EN EL CAMAL?**
- SI ( )
- NO ( )
9. **¿UTILIZA MANO DE OBRA ADICIONAL EN EL PROCESO DE LA VENTA DE CARNE?**
- SI ( )
- NO ( )
10. **LOS COSTOS INDIRECTOS COMO AGUA, LUZ, ESTIBAJE, ENTRE OTROS ¿LOS CARGA DIRECTAMENTE AL COSTO DEL PRODUCTO?**
- SI ( )
- NO ( )
11. **¿UTILIZA TRANSPORTE PARA EL TRASLADO DE SU MERCADERÍA?**
- SI ( )
- NO ( )
12. **¿USTED CONOCE QUE ES RENTABILIDAD?**
- SI ( )
- NO ( )
13. **¿CONOCE EL PORCENTAJE DE RENTABILIDAD EN LA VENTA DE CARNE?**
- SI ( )
- NO ( )
14. **¿CUÁNTO ES EL MARGEN DE UTILIDAD EN LA VENTA DE CARNE DE GANADO?**
- 0%-10% ( )
- 11%-20% ( )
- 21%-30% ( )
15. **¿CUANTO ES EL MARGEN DE UTILIDAD EN LA VENTA DE CARNE DE CORDERO?**
- 0%-10% ( )
- 11%-20% ( )
- 21%-30% ( )
16. **¿USTED DETERMINA EL MARGEN BRUTO DE SU UTILIDAD EN LA VENTA DE CARNES?**

SI ( )

NO ( )

**17. ¿DETERMINA EL MARGEN NETO DE UTILIDAD EN LA VENTA DE CARNES?**

SI ( )

NO ( )

**18. ¿PAGA IMPUESTOS POR LA VENTA DE CARNES?**

SI ( )

NO ( )

**19. ¿LOS DIAS DOMINGOS SE REALIZAN MAYORES VENTAS EN LA ASOCIACION DE GANADEROS?**

SI ( )

NO ( )

**20. ¿CONSIDERA NECESARIO UN ESTUDIO DE COSTOS EN LA VENTA DE CARNES?**

SI ( )

NO ( )

**21. ¿SE REALIZA CAPACITACIONES EN EL TEMA DE COSTOS EN LA ASOCIACION DE GANADEROS DEL MERCADO VINOCANCHON?**

SI ( )

NO ( )

**22. ¿SE REALIZA CAPACITACIONES EN LA ASOCIACION DE GANADEROS DEL MERCADO VINOCANCHON PARA QUE LA VENTA DE CARNES SEA MAS EFECTIVO Y EFICIENTE?**

SI ( )

NO ( )

**23. ¿PERMITIRIA QUE SE REALICE UN ESTUDIO DE VENTAS EN LA ASOCIACION DE GANADEROS DEL MERCADO VINOCANCHON?**

SI ( )

NO ( )

**24. ¿CUÁL ES EL MES EN QUE SE REALIZAN MAYORES VENTA DE CARNE EN LA ASOCIACION DE GANADEROS?**

Enero ( )

Febrero ( )

Marzo ( )  
Abril ( )  
Mayo ( )  
Junio ( )  
Julio ( )  
Agosto ( )  
Setiembre ( )  
Octubre ( )  
Noviembre ( )  
Diciembre ( )

# ARCHIVO FOTOGRÁFICO





Estatuto de la Asociación de Ganaderos

PUBLICIDAD : 219436 Recibo N° 2021-1090-462 CERTI. LITERAL - PJ Partida N° 11037001

**SUNARP** ZONA REGISTRAL N° X SEDE CUSCO  
 OFICINA REGISTRAL CUSCO  
 N° Partida: 11037001

**INSCRIPCIÓN DE ASOCIACIONES**  
**ASOCIACION DE COMERCIANTES GANADEROS DEL DISTRITO DE SAN JERONIMO**

REGISTRO DE PERSONAS JURIDICAS  
**RUBRO:** CONSTITUCION DE ASOCIACION  
 400001

**DENOMINACION:** "ASOCIACION DE COMERCIANTES GANADEROS DEL DISTRITO DE SAN JERONIMO"

**CONSTITUIDO:** POR ESCRITURA PÚBLICA DE FECHA 28/10/1987, EXTENDIDA ANTE NOTARIO PÚBLICO DEL CUSCO DR. REYNALDO ALVIZ MONTAÑEZ.- ESCRITURA DE RATIFICACIÓN DE CONSTITUCIÓN Y MODIFICACIÓN DE ESTATUTOS DE FECHA 23/12/2004, EXTENDIDA ANTE NOTARIO PÚBLICO DEL CUSCO DR. MARCO IVAN VENERO TAPIA.- ESCRITURA DE MODIFICACIÓN PARCIAL DE ESTATUTOS DE FECHA 02/02/2005, EXTENDIDA ANTE NOTARIO DR. OSWALDO BUSTAMANTE ARAGON.- ACTA DE FECHA 23/12/2003 EN COPIA CERTIFICADA ANTE NOTARIO NESTOR AVENDAÑO GARCIA, ACTA DE FECHA 27/04/2004 EN COPIA NOTARIALMENTE CERTIFICADA ANTE NOTARIO RUFFO H. GAONA CISNEROS.

**OTORGANTES:** WILBERT KCANA SUTTA, PERUANO, CON DNI 23893504, SOLTERO, COMERCIANTE, CON DOMICILIO EN CALLE SANTA ROSA N° 16 DEL DISTRITO DE SAN JERÓNIMO, PROVINCIA Y DEPARTAMENTO DEL CUSCO.

**FINES Y OBJETIVOS:** A) INSTITUIR UNA ORGANIZACION DE LAS PERSONAS QUE SE DEDICAN AL COMERCIO DE GANADO.- B) EL MEJORAMIENTO DEL TRABAJO, CON TENDENCIA LA INDUSTRIALIZACION Y EL EMPLEO DE LA TECNICA MODERNA.- C) LA PROTECCION MUTUA DE SUS SOCIOS.- D) LOGRAR EL PROGRESO MATERIAL, MORAL Y CULTURAL DE LOS SOCIOS.- E) LA INSTITUCION O ASOCIACION ES POLITICA.- F) ASOCIACION MANTENDRA FRATERNAS Y CORDIALES RELACIONES DEL RAMO O SIMILARES DE LA REPUBLICA.- G) BUSCAR FUENTES DE FINANCIAMIENTO NACIONAL O EXTRANJERO, PUBLICO O PRIVADO PARA E INSERIR AL MERCADO LOS PRODUCTOS GANADEROS.

**DOMICILIO:** UBICADO EN LA CALLE PERU S/N (PATA PATA) DEL DISTRITO DE SAN JERÓNIMO, PROVINCIA Y DEPARTAMENTO DEL CUSCO.

**DURACION:** INDEFINIDA

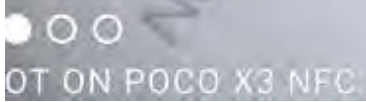
**REGIMEN DE ADMINISTRACION:** A) LA ASAMBLEA GENERAL, Y B) EL CONSEJO DIRECTIVO.  
**ASAMBLEA GENERAL:** LA ASAMBLEA GENERAL ES EL MÁXIMO ÓRGANO DE DECISIÓN DE LA ASOCIACIÓN, ESTARÁ CONSTITUIDA POR TODOS LOS ASOCIADOS, CUYAS REUNIONES SON ORDINARIAS Y EXTRAORDINARIAS. LAS ASAMBLEAS ORDINARIAS SE REALIZARÁN UNA VEZ AL MES. LAS ASAMBLEAS EXTRAORDINARIAS SE REALIZARÁN CADA VEZ QUE VIERA POR CONVENIENTE EL CONSEJO DIRECTIVO. LA ASAMBLEA GENERAL ES CONVOCADA MEDIANTE ESQUELAS O POR CUALQUIER OTRO MEDIO INDONEO DE COMUNICACIÓN QUE SEA DEBIDAMENTE APROBADO POR LOS ASOCIADOS, Y LA EFECTUARA EL PRESIDENTE DEL CONSEJO DIRECTIVO, Y EN AUSENCIA DE ESTE EL VICE-PRESIDENTE, O CUANDO LO SOLICITEN NO MENOS DE LA DECIMA PARTE DE LOS ASOCIADOS. PARA LA VALIDEZ DE LAS REUNIONES DE LA ASAMBLEA GENERAL SE REQUIERE EN PRIMERA CONVOCATORIA LA CONCURRENCIA DE MAS DE LA MITAD DE LOS ASOCIADOS. LOS ACUERDOS SE ADOPTAN POR EL VOTO DE MAS DE LA MITAD DE LOS MIEMBROS CONCURRENTES. LOS ASOCIADOS PUEDEN SER REPRESENTADOS EN ASAMBLEA GENERAL POR OTROS ASOCIADOS O POR TERCERA PERSONAS, DEBIENDO DE ACREDITARSE FIDELICITAMENTE EL OTORGAMIENTO DE FACULTADES PARA QUE LOS APODERADOS EJERCZAN REPRESENTACION MEDIANTE CARTA PODER SIMPLE, FACULTADES QUE TENDRAN CARACTER ESPECIAL PARA CADA ASAMBLEA Y CUANDO EXISTA CAUSAS DEBIDAMENTE JUSTIFICADAS Y EXPRESAMENTE SEÑALADAS. LA CONVOCATORIA PARA LA ASAMBLEA GENERAL SE EFECTUARA MEDIANTE ESQUELAS DE CITACION, DIFUSION RADIAL CON UNA ANTICIPACION MINIMA DE 05 DIAS, CUANDO SE TRATE DE ASAMBLEA GENERAL ORDINARIA, Y DE 24 HORAS COMO MINIMO CUANDO SE TRATE DE ASAMBLEAS EXTRAORDINARIAS, UTILIZANDO LOS MEDIOS DE COMUNICACION EXISTENTES; SIN EMBARGO SE PODRA REALIZAR LA ASAMBLEA SIN NINGUNA CITACION NI AVISO PREVIO CUANDO EXISTA LA CONCURRENCIA DEL 100% DE OS ASOCIADOS.

**CONSEJO DIRECTIVO:** EL CONSEJO DIRECTIVO ES EL ORGANO EJECUTIVO Y DE GESTION DE LA ASOCIACION. LOS INTEGRANTES DEL CONSEJO DIRECTIVO SERAN ELEGIDOS, MEDIANTE VOTO SECRETO Y UNIVERSAL Y SU GESTION SERA DE DOS AÑOS, PUDIENDO SER REELEGIDOS POR OTRO PERIODO EN CASO DE INCUMPLIMIENTO DE SUS FUNCIONES CUALQUIER MIEMBRO DEL CONSEJO DIRECTIVO PODRA SER REVOCADO O CAMBIADO DENTRO DE DICHO PERIODO. EL CONSEJO DIRECTIVO ESTARA INTEGRADO POR UN PRESIDENTE.- UN VICE-PRESIDENTE.- UN SECRETARIO.

Pág. Solicitadas: 1-3 IMPRESION: 14/01/2021 11:15:31 Pagina 1 de 12  
No existen Titulos Pendientes y/o Suspendidos

CLAUDIA BARRERA SUAREZ BARRERA  
ABOGADO CERTIFICADOR  
Zona Registral N° X - Sede Cusco

Resolución del Superintendente Nacional de los Registros Públicos N° 096-2001-SUNARPSN Página Número 1







ZONA REGISTRAL N° X SEDE CUSCO  
OFICINA REGISTRAL CUSCO  
N° Partida: 11037001

**INSCRIPCION DE ASOCIACIONES**  
**ASOCIACION DE COMERCIANTES GANADEROS DEL DISTRITO DE SAN JERONIMO**  
UN TESORERO.- UN PRO-TESORERO.- UN FISCAL.- DOS VOCALES.- UN SECRETARIO DE CULTURA Y DEPORTES Y UN SECRETARIO DE ASISTENCIA SOCIAL Y UN PORTAPLIEGOS.

**COMITÉ ELECTORAL:** EL PRESIDENTE DEL CONSEJO DIRECTIVO DE LA ASOCIACION CONVOCARA A ASAMBLEA GENERAL EXTRAORDINARIA LA QUE ELIGIRA A LOS INTEGRANTES DEL COMITÉ ELECTORAL DIARIAMENTE Y CINCO DIAS (30) NATURALES ANTES DE QUE VENZA SU GESTION ENCARGANDOSE A DICHA INSTANCIA LA RENOVACION DEL CONSEJO DIRECTIVO SI YBALIZADO DICHO PLAZO EL CONSEJO DIRECTIVO NO HUBIERE CONVOCADO A LA ASAMBLEA GENERAL, EL DIEZ POR CIENTO (10%) DE LOS ASOCIADOS REALIZARA LA CONVOCATORIA PARA EL PRIMER DOMINGO DEL MES SIGUIENTE.- EL COMITÉ ELECTORAL ESTARA CONSTITUIDO POR TRES MIEMBROS: **PRESIDENTE, SECRETARIO Y UN VOCAL.** LAS ELECCIONES SEIAN OBLIGATORIAS, ASEGURANDOSE LA PARTICIPACION DE POR LO MENOS DOS LISTAS COMPLETAS DE CANDIDATOS LAS QUE CONTENDRAN LA RELACION NOMINAL DE CARGOS PARA EL CONSEJO DIRECTIVO Y LA PROPUESTA DE PLAN OPERATIVO ANUAL.

**REGIMEN PATRIMONIAL:** LA CUOTA ANUAL ORDINARIA, LAS CUOTAS EXTRAORDINARIAS Y LAS MULTAS QUE SE IMPONGAN A SUS MIEMBROS, APROBADAS POR LA ASAMBLEA GENERAL.- LOS FONDOS QUE RECAUDEN EN LAS ACTIVIDADES REALIZADAS QUE SE ENCUENTREN EN EL PLAN OPERATIVO ANUAL.- LAS DONACIONES Y LEGADOS.- OTROS RECURSOS QUE LE SEAN ASIGNADOS O QUE PROCEDAN DE OTRAS FUENTES.

**CONSEJO DIRECTIVO:** En Asamblea llevada a cabo el 23/12/2003 ratificada por asamblea de fecha 27/04/2004 y 14/12/2004, se acuerda ratificar y consolidar todos los actos realizados con anterioridad es decir desde la fecha de constitución de la asociación hasta la fecha de hoy, se procedió a reconocer y ratificar los consejos directivos a partir del año 1987 hasta la actualidad, como sigue: **PERIODO 1987-1988:** Presidente: Blas Coanqui Quispe.- Vice-presidente: Apolinar Mozo Bellota.- Secretario: Hugo Climaco Tumpa Coza.- Tesorero: Tamoto Mamari Quispe.- Fiscal: Estanislao Esquivel Tupayachi. **PERIODO 1989-1990:** Presidente: Genaro Rojas Flores.- Vice-presidente: Demetrio Sinchiroca T.- Secretario: Asensio Sinchiroca T.- Tesorero: Celso Atayupanqui Laura.- Pro-tesorero: Julia Usca de Choque.- Secretario de Deportes: Wilber Atayupanqui Flores.- Asistencia Social: Ricardina Valdivia y Juana Quispe.- Vocal: Bautista Ccohanqui Q'uecho.- Portapliegos: Vito Humán e Hipolito Sutta. **PERIODO 1991-1992:** Presidente: Jose Mansilla Hualpa.- Vice-presidente: Ricardo Béjar Hualpa.- Secretario: Marija Ccohanqui Aucatimco.- Tesorera: Paulina Humán Vda. de Esquivel.- Pro-tesorero: Genisimo Cabrera Zaravia.- Sec. de Deportes: Sabino Kama Sutta.- Asistencia Social: Presentacion Mojonero-Murtill.- Vocal: Augusto Ccorimayta Sinchiroca.- Portapliegos: Alfredo Victorio Vallemas, Estanislao Sutta, Rosa Rojas y Simion Saraya. **PERIODO 1993-1994:** Presidente: Hugo Climaco Tumpa Coza.- Vice-presidente: Leandro Ccohanqui Quispe.- Secretario: Ramiro Melo Laura.- Tesorero: Teofilo Paucar Valencia.- Pro-tesorero: Camilo Melo Laura.- Vocales: Augusto Ccorimayta S., Maximiliana Atayupanqui de Astete.- Portapliegos: Silverio Ccohanqui Usca, Vicente Rojas Flores.- Justina Vallenas M. Asist. Social: Silvia Pizarro de Sinchiroca.- Sec. de Deportes: Sabino Kama Sutta. **PERIODO 1995-1996:** Presidente: Blas Coanqui Quispe.- Vice-presidente: Jesus Tito Huamca.- Secretaria: Sabina Aucapuri Quispe.- Tesorero: Plácido Quispe Atayupanqui.- Pro-tesorero: Bautista Ccohanqui Q'uecho.- Vocal: Felix Gonzales.- Secretario de Deportes: Ubaldo Idme Argote.- Asiste. Social: Wilbert Kama Sutta y Josegna Quispe de Atayupanqui. **PERIODO 1997-1998:** Presidente: Jose mansilla Llave.- Vice-presidente: Cecilio Atayupanqui Laura.- Secretaria: Marija Ccohanqui Aucatimco.- Tesorero: Leandro Coanqui Quispe.- Secret. de Deportes: Teofilo Paucar Valencia.- Asiste Social: Judith Ccohanqui Usca.- Vocal: Celso Atayupanqui.- Portapliegos: Andres Mosquera Q'uecho y Praxides Garcia Mamani. **PERIODO 1999-2000:** Presidente: Jesus Tito Huamca.- Vice-presidente: Sabina Aucapuri Quispe.- Secretaria: Francisca Garcia Mamani.- Tesorero: Toribio Mercedes Mollhuamca.- Vocales: Justina Vallenas Mico y Camilo Melo Laura. **PERIODO 2001-2002:** Presidente: Josefina Quispe de Atayupanqui.- Vice-presidente: Jose Mansilla Llave.- Secretaria: Ricardina Valdivia de Béjar.- Tesorera: Marija Ccohanqui Aucatimco.- Vocales: Alfredo Victorio Vallenas y Wilbert Kama Sutta.- Secret. de Deportes: Ubaldo Idme Argote.- Asist. Social: Praxides Garcia Mamani.- Fiscal: Jesus Tito Huamca. **PERIODO 26/11/2003-26/11/2005:** **PRESIDENTE:** Wilbert Kama Sutta.- **VICE-PRESIDENTE:** Apolinar Mozo Bellota.- **SECRETARIO:** Demetrio Sinchiroca Tupayachi.- **TESORERO:** Leandro Coanqui Quispe.- **PRO TESORERO:** Sabina Aucapuri Quispe.- **FISCAL:** Josefina Quispe de Atayupanqui.- **PRIMER VOCAL:** Natividad Uzueta Gonzales.- **SEGUNDO VOCAL:** Judith Ccoanqui Usca.- **SECRETARIO DE CULTURA Y DEPORTES:** Pedro Rivera Sanchez.- **SECRETARIA DE ASISTENCIA SOCIAL:** Rosa Ramos Nina.- **PORTAPLIEGO:** Marcial Aucapuri Quispe.-

Pág. Solicitadas: 1-3 IMPRESION: 14/01/2021 11:15:31 Página 2 de 12  
No existen Titulos Pendientes y/o Suspendidos

CLAUDIA HERRERA SUAREZ DUSSENY  
ABOGADO CERTIFICADOR  
C.O.P. N° X - Sede Cusco

Nohe

SHOT ON

Imagen del recibo por inspección sanitaria vacuno





Imagen del recibo por inspección sanitaria ovino

**MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE SAN JERÓNIMO - CUSCO**  
 Telf. 277235 - Telefax: 277219

**RECIBO**  
 Nº 09390  
 RUC. 20159386253

**Reconocimiento de Carnes Foráneas y Otros**

Recibí de: Equinario  
 La Suma de: \_\_\_\_\_  
 Dirección: \_\_\_\_\_

CÓDIGO	CANT.	UNID. MED.	DETALLE	P. UNIT.	TOTAL
1.5.6. 029			INSPECCION SANITARIO VACUNO		
1.5.6. 029		4	INSPECCION SANITARIO OVINO	1.60	6.40
1.5.6. 029			INSPECCION SANITARIO PORCINO		
			INSPECCION SANITARIO OTROS		
				<b>TOTAL</b>	6.40

CAJA \_\_\_\_\_ RESPONSABLE [Firma]

SHOT ON POCO X3 NFC

Pago por concepto de limpieza

**MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE SAN JERÓNIMO**  
 Por un Nuevo San Jerónimo *Patrimonio Cultural de la Nación*  
 MERCADO ZONAL VINOCANCHON  
 Gestión 2019-2022 RUC. 20159386253

**LIMPIEZA**  
 S/. 1.00 Nº 184846