



UNIVERSIDAD ANDINA

NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y FINANCIERAS

ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD



**COSTOS COMERCIALES Y LOS RESULTADOS ECONÓMICOS
DE LAS EMPRESAS DE VENTA DE EQUIPOS DE
CÓMPUTO EN LA CIUDAD DE PUNO, 2024**

TESIS PRESENTADA POR:

Bach. LUZ MAYDA PALACIOS QUISPE

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

CONTADOR PÚBLICO

JULIACA – PERÚ

2025



UNIVERSIDAD ANDINA

NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y FINANCIERAS

ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

**COSTOS COMERCIALES Y LOS RESULTADOS ECONÓMICOS
DE LAS EMPRESAS DE VENTAS DE EQUIPOS DE
CÓMPUTO EN LA CIUDAD DE PUNO, 2024**

TESIS PRESENTADA POR:

Bach. LUZ MAYDA PALACIOS QUISPE

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

CONTADOR PÚBLICO

APROBADA POR EL JURADO REVISOR:

PRESIDENTE

:

Dr. HILARIO CONDORI MAMANI

PRIMER MIEMBRO

:

CPCC. NHELIO NATALIO ONOFRE MAMANI

SEGUNDO MIEMBRO

:

Dr. CARLOS ADOLFO LUJAN URVIOLA

ASESOR DE TESIS

:

Dra. YUDY HUACANI SUCASACA

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN : ECONOMÍA SECTORIAL – P15



RESOLUCIÓN N° 002-2026-D-FCCF-UANCV-J

Juliaca, 7 de enero 2026

VISTOS: El Oficio No 001-2026-DUI-FCCF-UANCV de fecha 6 de enero del 2026, emitido por la Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Contables y Financieras, y el Expediente N° CU – 11363 presentado por el (la) Bachiller: **PALACIOS QUISPE, LUZ MAYDA**, quien solicita *nominación jurados, fecha y hora de sustentación*, para rendir el examen de sustentación y defensa de la tesis titulada: **COSTOS COMERCIALES Y LOS RESULTADOS ECONÓMICOS DE LAS EMPRESAS DE VENTAS DE EQUIPOS DE CÓMPUTO EN LA CIUDAD DE PUNO, 2024** para optar el Título profesional de **CONTADOR PÚBLICO**, que fue revisada por el Director de la Unidad de Investigación y el Decano de la Facultad de Ciencias Contables y Financieras,

CONSIDERANDO:

Que, de conformidad con el artículo 8º, numeral b) del Reglamento General de Grados y Titulos de la UANCV vigente, es procedente acceder a la petición del interesado;

Que, al haberse cumplido con los requisitos exigidos por el Reglamento Interno de Trabajo de Investigación Conducente a Grados y Titulos plasmado en la Resolución N° 0294-2023-UANCV-CU-R,

Y estando, la opinión favorable de la Directora de la Unidad de Investigación y la Decana de la Facultad de Ciencias Contables y Financieras, y las atribuciones que confiere el artículo 28º del Reglamento Interno de Trabajo de Investigación Conducente a Grados y Titulos Resolución N° 0294-2023-UANCV-CU-R,

SE RESUELVE:

ARTÍCULO PRIMERO: DECLARAR APTO para la sustentación presencial del informe Final de la Investigación (borrador de Tesis) el (la) bachiller: **PALACIOS QUISPE, LUZ MAYDA**, sorteo de jurado de la Tesis titulada: **COSTOS COMERCIALES Y LOS RESULTADOS ECONÓMICOS DE LAS EMPRESAS DE VENTAS DE EQUIPOS DE CÓMPUTO EN LA CIUDAD DE PUNO, 2024** para optar el Título profesional de **CONTADOR PÚBLICO** en virtud de los considerandos expuestos.

ARTÍCULO SEGUNDO: NOMINAR JURADOS para la sustentación presencial y defensa de la tesis a los siguientes docentes ordinarios:

Presidente	: Dr. HILARIO CONDORI MAMANI
1er Miembro	: CPCC. NHELIO NATALIO ONOFRE MAMANI
2do Miembro	: Dr. CARLOS ADOLFO LUJAN URVIOLA
Asesor	: Dra. YUDY HUACANI SUCASACA

ARTÍCULO TERCERO.- PROGRAMAR FECHA Y HORA de sustentación como se detalla:

Lugar	: Salón de Grados de la FCCF
Fecha	: MARTES 13 de enero del 2026
Hora	: 8.30 A.M

ARTÍCULO CUARTO.- DISPONER que la comisión de Grados y Titulos de la facultad, secretarías académicas y administrativas, quedan encargados del cumplimiento de la presente resolución.

REGÍSTRESE, COMUNÍQUESE Y CÚMPLASE.

DISTRIBUCIÓN:

- Jurados	(3)
- Interesados	(1)2
- Archivo	(1)



UNIVERSIDAD ANDINA
"NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ"
Dr. Hilario Condori Mamani

**RESOLUCIÓN N° 645 - 2025-DUI-FCCF-UANCV-J**

Juliaca, 13 de noviembre del 2025

Visto: el Expediente N° 2025-CU-11348 de fecha 10 de noviembre del 2025, del Bach. PALACIOS QUISPE LUZ MAYDA, quien solicita Revisión de Informe Final de la Investigación (Borrador de Tesis) y el Anexo (04 o 05) "Ficha de Opinión del Informe Final de la Investigación" que fue revisada por el Comité de Investigación de la Facultad de Ciencias Contables y Financieras, Escuela Profesional de **CONTABILIDAD**.

CONSIDERANDO:

Que, las Unidades de Investigación son unidades académicas que agrupan a docentes y estudiantes de diversas disciplinas, en razón del desarrollo de investigación científica, tecnológica y humanista de acuerdo al Estatuto Universitario Modificado 2020 de nuestra primera Casa Superior de Estudios.

Que, el (la) Bach. PALACIOS QUISPE LUZ MAYDA, quien solicita la revisión y aprobación de la propuesta de Investigación titulado: **COSTOS COMERCIALES Y LOS RESULTADOS ECONÓMICOS DE LAS EMPRESAS DE VENTA DE EQUIPOS DE CÓMPUTO EN LA CIUDAD DE PUNO, 2024**, asimismo fue aprobado para su ejecución de informe final (borrador de tesis) con **RESOLUCIÓN N° 609-2024-DUI-FCCF-UANCV-J**, conducente para optar el Título profesional de **CONTADOR PÚBLICO**.

Que, al haberse cumplido con los requisitos exigidos por el Reglamento Interno de Trabajo de Investigación Conducente a Grados y Títulos plasmado en la Resolución N° 0294-2023-UANCV-CU-R.

Que, el Comité de Investigación emitió su opinión favorable a la propuesta de investigación.

Que, el Director de la Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Contables y Financieras, corroboro la propuesta del (a) **ASESOR (a) Dra. YUDY HUACANI SUCASACA**, quien debe estar acreditado y facultado para orientar y ayudar al asesorado en el proceso de elaboración del trabajo de investigación (Tesis) y,

Estando, la opinión favorable del comité de Investigación, en concordancia con el Reglamento Interno de Trabajo de Investigación Conducente a Grados y Títulos Resolución N° 0294-2023-UANCV-CU-R, de conformidad a lo que establece la Ley Universitaria N° 30220, Ley de Creación de la UANCV N° 23738 y Modificatoria N° 24661 y el Estatuto de la UANCV, que confiere facultades a la unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Contables y Financieras.

SE RESUELVE:

ARTÍCULO PRIMERO: APROBAR Y AUTORIZAR EL INFORME FINAL DE LA INVESTIGACIÓN (BORRADOR DE TESIS) para la REVISIÓN DE SIMILITUD TURNITIN, del tema: **COSTOS COMERCIALES Y LOS RESULTADOS ECONÓMICOS DE LAS EMPRESAS DE VENTA DE EQUIPOS DE CÓMPUTO EN LA CIUDAD DE PUNO, 2024**, presentado por el (la) Bachiller: **PALACIOS QUISPE LUZ MAYDA**, para optar el Título profesional de **CONTADOR PÚBLICO**, en virtud de los considerandos expuestos.

ARTÍCULO SEGUNDO: RATIFICAR como ASESOR(a) al: **Dra. YUDY HUACANI SUCASACA**.

ARTÍCULO TERCERO: DISPONER que la Facultad, secretarías académicas y administrativas, queden encargados del cumplimiento de la presente Resolución.

REGÍSTRESE, COMUNÍQUESE Y CÚMPLASE.

DISTRIBUCIÓN:

- Interesados (1)
- Archivo (1)

UNIVERSIDAD ANDINA
"NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ"Dr. Jesús Mamani Mamani
DIRECTOR DE LA UNIDAD DE INVESTIGACIÓN FCCF

**RESOLUCIÓN N° 609 - 2024-DUI-FCCF-UANCV-J**

Juliaca, 04 de noviembre del 2024

Visto: el Expediente N° 2024-CU-14849 de fecha 14 de octubre del 2024, el cual solicita Revisión de Propuesta de Investigación y el **Anexo (02 o 03) "Ficha de Opinión de la Propuesta de Investigación"** que fue revisada por el Comité de Investigación de la Facultad de Ciencias Contables y Financieras, Escuela Profesional de Contabilidad.

CONSIDERANDO:

Que, las Unidades de Investigación son unidades académicas que agrupan a docentes y estudiantes de diversas disciplinas, en razón del desarrollo de investigación científica, tecnológica y humanista de acuerdo al Estatuto Universitario Modificado 2020 de nuestra primera Casa Superior de Estudios.

Que, el (la) Bach. **PALACIOS QUISPE LUZ MAYDA**, quien solicita la revisión y aprobación de la propuesta de Investigación titulado: **COSTOS COMERCIALES Y LOS RESULTADOS ECONÓMICOS DE LAS EMPRESAS DE VENTA DE EQUIPOS DE CÓMPUTO EN LA CIUDAD DE PUNO, 2024**, conducente para optar el Título profesional de **CONTADOR PÚBLICO**, y

Que, al haberse cumplido con los requisitos exigidos por el Reglamento Interno de Trabajo de Investigación Conducente a Grados y Títulos plasmado en la Resolución N° 0294-2023-UANCV-CU-R.

Que, el Comité de Investigación emitió su opinión favorable a la propuesta de investigación.

Que, la Directora de la Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Contables y Financieras, Escuela Profesional de Contabilidad, corrobora la propuesta del (a) **ASESOR (a) Dra YUDY HUACANI SUCASACA**, quien debe estar acreditado y facultado para orientar y ayudar al asesorado en el proceso de elaboración del trabajo de investigación (Tesis) y,

Estando, la opinión favorable del comité de Investigación, en concordancia con el Reglamento Interno de Trabajo de Investigación Conducente a Grados y Títulos Resolución N° 0294-2023-UANCV-CU-R, de conformidad a lo que establece la Ley Universitaria N° 30220, Ley de Creación de la UANCV N° 23738 y Modificatoria N° 24661 y el Estatuto de la UANCV, que confiere facultades a la unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Contables y Financieras.

SE RESUELVE:

ARTÍCULO PRIMERO: APROBAR Y AUTORIZAR LA EJECUCIÓN DE LA PROPUESTA DE INVESTIGACIÓN titulado: **COSTOS COMERCIALES Y LOS RESULTADOS ECONÓMICOS DE LAS EMPRESAS DE VENTA DE EQUIPOS DE CÓMPUTO EN LA CIUDAD DE PUNO, 2024**, presentado por el (la) Bachiller. **PALACIOS QUISPE LUZ MAYDA**, en virtud de los considerados expuestos.

ARTÍCULO SEGUNDO: RECONOCER como ASESOR(a) al (a): Dra YUDY HUACANI SUCASACA

ARTÍCULO TERCERO: DISPONER que la Facultad, secretarías académicas y administrativas, queden encargados del cumplimiento de la presente Resolución.

REGÍSTRESE, COMUNÍQUESE Y CÚMPLASE.

DISTRIBUCIÓN:

- Interesados (1)
- Archivo (1)

UNIVERSIDAD ANDINA
"NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ"

Dr. Jesús Mamani Mamani
DIRECTOR DE LA UNIDAD DE INVESTIGACIÓN FCCF



CIUDAD DE PUNO, 2024

INFORME DE ORIGINALIDAD

15%	12%	4%	11%
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	Submitted to Universidad Andina Nestor Caceres Velasquez Trabajo del estudiante	8%
2	repositorio.unac.edu.pe Fuente de Internet	1%
3	www.coursehero.com Fuente de Internet	1%
4	repositorio.uancv.edu.pe Fuente de Internet	1%
5	repositorio.ulasamericas.edu.pe Fuente de Internet	<1%
6	core.ac.uk Fuente de Internet	<1%
7	Submitted to Universidad Peruana Cayetano Heredia Trabajo del estudiante	<1%
8	repositorio.utea.edu.pe Fuente de Internet	<1%
9	imperiascm.com Fuente de Internet	<1%
10	Submitted to Universidad Manuela Beltrán Trabajo del estudiante	<1%



Metadatos complementarios - UANCV



COSTOS COMERCIALES Y LOS RESULTADOS ECONÓMICOS DE LAS EMPRESAS DE VENTA DE EQUIPOS DE CÓMPUTO EN LA CIUDAD DE PUNO, 2024	
Datos de autor	
Nombres y apellidos	LUZ MAYDA PALACIOS QUISPE
Tipo de documento de identidad	DNI
Número de documento de identidad	74076844
URL de ORCID	https://orcid.org/0009-0003-9745-8068
Datos de asesor	
Nombres y apellidos	YUDY HUACANI SUCASACA
Tipo de documento de identidad	DNI
Número de documento de identidad	40673820
URL de ORCID	https://orcid.org/0009-0008-3275-5586
Datos del jurado	
Presidente del jurado	
Nombres y apellidos	HILARIO CONDORI MAMANI
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	02385723
Miembro del jurado 1	
Nombres y apellidos	NHELIO NATALIO ONOFRE MAMANI
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	01328058
Miembro del jurado 2	
Nombres y apellidos	CARLOS ADOLFO LUJAN URVIOLA
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	01213364



UNIVERSIDAD ANDINA
"RÍTOR CACERES VELASQUEZ"
Dr. Jesús Mamani Mamani



DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD Y RESPONSABILIDAD

Yo LUZ MAYDA PALACIOS QUISPE, identificado con DNI

Nro. 74076744 en mi condición de egresado de:

☒ Escuela Profesional

☐ Programa de Segunda Especialidad,

☐ Programa de Maestría o Doctorado

CONTABILIDAD

informo que he elaborado el/la ☒ Tesis o ☐ Trabajo de Investigación, ☐ Trabajo Académico denominada:

COSTOS COMERCIALES Y LOS RESULTADOS ECONÓMICOS DE LAS EMPRESAS DE VENTA DE EQUIPOS DE CÓMPUTO EN LA CIUDAD DE PUNO, 2024

Asesorado por: Dra. YUDY HUACANI SUCASACA

Es un tema original.

Declaro que el presente trabajo de tesis es elaborado por mi persona y **no existe plagio/copia** de ninguna naturaleza, en especial de otro documento de investigación (tesis, revista, texto, congreso, o similar) presentado por persona natural o jurídica alguna ante instituciones académicas, profesionales, de investigación o similares, en el país o en el extranjero.

Dejo constancia que las citas de otros autores han sido debidamente identificadas en el trabajo de investigación, por lo que no asumiré como tuyas las opiniones vertidas por terceros, ya sea de fuentes encontradas en medios escritos, digitales o Internet.

Asimismo, ratifico que soy plenamente consciente de todo el contenido de la tesis y asumo la responsabilidad de cualquier error u omisión en el documento, así como de las connotaciones éticas y legales involucradas.

El incumplimiento de lo declarado da lugar a responsabilidad del declarante, en consecuencia; a través del presente documento asumo frente a terceros, la Universidad Andina Néstor Cáceres Velásquez y/o la Administración Pública toda responsabilidad que pueda derivarse por el trabajo final presentado. Lo señalado incluye responsabilidad pecuniaria incluido el pago de multas u otros por los daños y perjuicios que se ocasionen.

Juliaca 21 de Enero del 2026

Firma del Asesor
(obligatoria)

FIRMA (obligatoria)



Huella



DEDICATORIA

A mis padres, agradezco su constante apoyo, amor
y motivación a lo largo de mi carrera académica.



AGRADECIMIENTOS

Agradezco a Dios por guiar mis pasos y darme la fuerza necesaria para continuar en el camino correcto.



ÍNDICE GENERAL

DEDICATORIA	ix
AGRADECIMIENTOS.....	x
ÍNDICE DE TABLAS.....	xiv
ÍNDICE DE FIGURAS	xv
RESUMEN	xvi
ABSTRACT	xvii
INTRODUCCIÓN	xviii

CAPITULO I

ASPECTOS GENERALES

1.1. Descripción del problema	20
1.2. Formulación del problema	21
1.1.1 Problema principal	21
1.1.2 Problemas específicos.....	21
1.3. Justificación	21
1.3.1 Justificación teórica	21
1.3.2 Justificación práctica.....	22
1.3.3 Justificación metodológica.....	22
1.4. Objetivos de la investigación	22
1.4.1 Objetivo general	22
1.4.2 Objetivos específicos.....	22
1.5. Hipótesis.....	23
1.5.1 Hipótesis general	23
1.5.2 Hipótesis específicas	23
1.6. Operacionalización de variables	23
1.6.1 Variable independiente	23
1.6.2 Variable dependiente.....	23



CAPITULO II

FUNDAMENTOS TEÓRICOS

2.1.	antecedentes de la investigación	26
2.1.1	A nivel internacional.....	26
2.1.2	A nivel nacional	27
2.1.3	A nivel local	28
2.2.	marco teórico.....	29
2.2.1	Costos comerciales	30
2.2.2	Resultado económico	34
2.3.	Definición de términos	36

CAPITULO III

METODOLOGÍA

3.1.	Métodos de investigación	41
3.1.1	Tipo de investigación	41
3.2.	Nivel de Investigación.....	42
3.3.	Diseño de la investigación	42
3.4.	Ámbito de investigación	42
3.4.1	Temporal	42
3.4.2	Espacial.....	42
3.5.	Población y muestra	42
3.5.1	Población.....	43
3.5.2	Muestra	43
3.6.	Técnicas e Instrumentos de recogida de información	43
3.6.1	Técnicas	43
3.6.2	Instrumento	43
3.7.	Recogida de Datos	43
3.6.3	Fuentes	43
3.6.4	Técnicas de tratamiento de datos	43
3.6.5	Contrastación de hipótesis.....	44



CAPITULO IV

ANÁLISIS DE RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Análisis e interpretación de resultados	46
4.1.1 Prueba de hipótesis general	59
4.2. Discusión de resultados.....	70
CONCLUSIONES	74
RECOMENDACIONES	76
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	77
ANEXOS	79



ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Operacionalización de Variables.....	25
Tabla 2 ¿Con qué frecuencia considera que la competencia en el mercado local afecta sus precios?	47
Tabla 3 ¿Con qué frecuencia considera que la falta de infraestructura afecta sus costos de producción?	50
Tabla 4 ¿Con qué frecuencia experimenta aumentos en las ventas?.....	52
Tabla 5 ¿Con qué frecuencia considera que la gestión eficiente de los costos es clave para el éxito económico?	54
Tabla 6 ¿Con qué frecuencia experimenta impactos negativos en sus resultados económicos debido a cambios en la política gubernamental?.....	56
Tabla 7 ¿Con qué frecuencia utiliza estrategias para mitigar el impacto de factores externos en sus resultados económicos?	58
Tabla 8 Costos comerciales y resultados económicos.....	61
Tabla 9 Costos de inventario y resultados económicos	64
Tabla 10 Costos de distribución y resultados económicos.....	68



ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1	Costos comerciales y resultados económicos	62
Figura 2	Costos de inventario y resultados económicos.....	66
Figura 3	Costos de distribución y resultados económicos	69



RESUMEN

La investigación analiza la relación entre la determinación de los costos comerciales y los resultados económicos de empresas dedicadas a la venta de equipos de cómputo en Puno. Buscó determinar si la determinación de los costos comerciales repercute en los resultados económicos. Asimismo, se plantearon dos problemas específicos vinculados a la influencia de los costos de inventario y los costos de distribución. La investigación contó con una justificación teórica, práctica y metodológica. Se empleó un enfoque cuantitativo, de tipo aplicada, con nivel descriptivo, diseño no experimental y método deductivo. La población estuvo conformada por propietarios y trabajadores de empresas de venta de equipos de cómputo, aplicándose encuestas y fichas de observación a una muestra de 36 empresas. Los datos fueron procesados mediante estadística descriptiva y la contrastación de hipótesis se realizó con la prueba de Chi cuadrado y el coeficiente de Spearman en SPSS. Los resultados mostraron que los costos comerciales influyen significativamente en los resultados económicos ($p = 0.023$; Spearman = 0.588). Asimismo, los costos de inventario ($p = 0.023$; Spearman = 0.607) y los costos de distribución ($p = 0.023$; Spearman = 0.590) repercuten de manera significativa en dichos resultados. Se concluye que la gestión eficiente de los costos especialmente inventario y distribución es determinante para la rentabilidad y competitividad de estas empresas.

Palabras clave: Costos comerciales, costos de inventario, costos de distribución.



ABSTRACT

The research analyzes the relationship between the determination of commercial costs and the economic results of companies engaged in the sale of computer equipment in Puno. It aimed to determine whether the determination of commercial costs impacts economic outcomes. Additionally, two specific problems were addressed, related to the influence of inventory costs and distribution costs. The study was supported by theoretical, practical, and methodological justifications. A quantitative approach was used, with an applied type, descriptive level, non-experimental design, and deductive method. The population consisted of owners and employees of companies selling computer equipment, with surveys and observation sheets applied to a sample of 36 companies. The data was processed using descriptive statistics, and hypothesis testing was conducted with the Chi-square test and the Spearman coefficient using SPSS. The results showed that commercial costs significantly influence economic results ($p = 0.023$; Spearman = 0.588). Likewise, inventory costs ($p = 0.023$; Spearman = 0.607) and distribution costs ($p = 0.023$; Spearman = 0.590) significantly impact these outcomes. It is concluded that efficient management of costs, especially inventory and distribution, is crucial for the profitability and competitiveness of these companies.

Keywords: Commercial costs, inventory costs, distribution costs.



INTRODUCCIÓN

La gestión eficiente de los costos comerciales, de inventario y de distribución es esencial para el éxito de las empresas en cualquier sector económico. En el ámbito de la venta de equipos de cómputo, donde las fluctuaciones de precios, la alta competencia y las condiciones del mercado son factores determinantes, una adecuada administración de estos costos puede marcar la diferencia entre el éxito y el fracaso empresarial. Esta investigación busca entender cómo el manejo de los costos comerciales, de inventario y de distribución realmente impacta en las ganancias de las empresas que venden computadoras y equipos de cómputo en Puno durante el 2024.

La verdad es que el negocio de vender equipos de cómputo en Puno ha venido creciendo bastante. Cada vez más gente necesita tecnología, sobre todo porque hay más acceso a Internet y prácticamente todos los negocios dependen ahora de las computadoras. Pero ojo, no es tan fácil como parece. Las empresas aquí se enfrentan a varios problemas: tienen que competir tanto con negocios locales como con vendedores de fuera, los precios de los componentes suben y bajan sin aviso, y para colmo, la infraestructura para distribuir los productos no es la mejor. Por todo esto, saber manejar bien los costos se ha vuelto fundamental si quieren mantenerse en el juego y no quebrar en el intento.

Lo que queremos descubrir principalmente es si las empresas que llevan un control detallado de sus costos comerciales y de inventario realmente ganan más plata. Queremos ver si aquellas que manejan bien sus costos de compra, almacenamiento y envío son más rentables y competitivas que las demás. Para esto usamos herramientas estadísticas (chi cuadrado y correlación de



Spearman) que nos ayudaron a encontrar conexiones entre cómo manejan sus costos y cuánto dinero terminan ganando.

¿Por qué es importante este estudio? Porque les puede dar a las empresas información concreta y real para mejorar cómo manejan su dinero. Además, puede servir como punto de partida para otras investigaciones parecidas, especialmente en mercados que están creciendo y donde hay mucha competencia, como es el caso de la venta de equipos de cómputo.

En pocas palabras, queremos demostrar que controlar bien los costos sí hace la diferencia en cuánto gana una empresa. Nos enfocamos en las características particulares del mercado puneño y esperamos dar recomendaciones útiles para que las empresas optimicen su forma de trabajar y mejoren sus resultados en este sector tan competitivo.



CAPITULO I

ASPECTOS GENERALES

1.1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

Con el boom del comercio electrónico a nivel mundial, ahora hay muchísima más competencia y variedad de productos disponibles en todas partes. Pero esto también tiene su lado complicado: los precios de los componentes electrónicos suben y bajan sin aviso, y como cada vez hay más gente que necesita tecnología, producir computadoras y equipos sale cada vez más caro.

Las empresas de tecnología ahora dependen de proveedores de todo el mundo, lo cual está bien cuando todo funciona, pero también es riesgoso. Si algo falla en la cadena de suministro —un componente que no llega a tiempo o que de repente se pone carísimo— todo el negocio se complica.

Aquí en Perú, el mercado tecnológico ha crecido bastante en los últimos años. Cada vez más gente compra computadoras, laptops y equipos, especialmente porque el Internet llegó a más lugares y ahora es casi una necesidad para trabajar, estudiar o hacer negocios.

Pero no es fácil. Las empresas peruanas tienen que competir duro en un mercado donde todos quieren un pedazo del pastel. Además, tienen que lidiar con cosas que complican el día a día: falta de buena infraestructura, trámites burocráticos eternos, y esos precios de componentes que no paran de moverse.

Todo eso hace que los costos de producción se disparen y mantener la competitividad sea todo un desafío.

En Puno específicamente, la demanda de equipos de cómputo se ha disparado. Con más acceso a Internet, más colegios y universidades usando tecnología, y más negocios que necesitan computadoras para operar, la gente busca cada vez más este tipo de productos. Sin embargo, la falta de opciones y la limitada disponibilidad de equipos de cómputo de alta calidad han llevado a una mayor dependencia de los productos importados.

Los costos comerciales y resultados económicos de las empresas de venta de equipos de cómputo en Puno están influenciados por factores como la competencia, la volatilidad en los precios de los componentes y la disponibilidad de los mismos.

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

1.1.1 Problema principal

¿La determinación de los costos comerciales repercute en los resultados económicos de las empresas de venta de equipos de cómputo en la ciudad de Puno, 2024?

1.1.2 Problemas específicos

P1: ¿La descripción de los costos de inventario repercute en los resultados económicos de las empresas de venta de equipos de cómputo en la ciudad de Puno, 2024?

P2: ¿La verificación de los costos de distribución repercute en los resultados económicos de las empresas de venta de equipos de cómputo en la ciudad de Puno, 2024?

1.3. JUSTIFICACIÓN

1.3.1 Justificación teórica



Esta investigación sobre los costos y las ganancias de las empresas que venden equipos de cómputo en Puno se apoya en teorías económicas y de administración que explican cómo se conectan los costos que maneja una empresa con qué tan competitiva es y cuánta plata termina ganando.

1.3.2 Justificación práctica

Este estudio sobre los costos y las ganancias de las empresas que venden equipos de cómputo en Puno es realmente útil para los negocios que trabajan en este rubro. Los resultados les van a servir para entender mejor cómo lo que gastan impacta directamente en cuánto ganan, y así poder armar estrategias más inteligentes para ser más competitivos y mejorar sus números.

1.3.3 Justificación metodológica

La investigación sobre los costos comerciales y resultados económicos de las empresas de venta de equipos de cómputo en la ciudad de Puno requiere un enfoque metodológico mixto que combine técnicas cuantitativas y cualitativas. La investigación utilizará un diseño de estudio de caso, seleccionando a empresas que operan en el mercado de venta de equipos de cómputo en la ciudad de Puno.

1.4. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.4.1 Objetivo general

Determinar los costos comerciales que repercute en los resultados económicos de las empresas de venta de equipos de cómputo en la ciudad de Puno, 2024.

1.4.2 Objetivos específicos



O1: Describir los costos de inventario que repercute en los resultados económicos de las empresas de venta de equipos de cómputo en la ciudad de Puno, 2024.

O2: Verificar los costos de distribución que repercute en los resultados económicos de las empresas de venta de equipos de cómputo en la ciudad de Puno, 2024.

1.5. HIPÓTESIS

1.5.1 Hipótesis general

La determinación de los costos comerciales si repercute en los resultados económicos de las empresas de venta de equipos de cómputo en la ciudad de Puno, 2024.

1.5.2 Hipótesis específicas

H1: La descripción de los costos de inventario si repercute en los resultados económicos de las empresas de venta de equipos de cómputo en la ciudad de Puno, 2024.

H2: La verificación de los costos de distribución si repercute en los resultados económicos de las empresas de venta de equipos de cómputo en la ciudad de Puno, 2024.

1.6. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

1.6.1 Variable independiente

Costos comerciales

Dimensiones

- Costos de inventario
- Costos de distribución

1.6.2 Variable dependiente



Resultado económico

Dimensiones

- Resultado del ejercicio
- Rentabilidad



Tabla 1

Operacionalización de Variables

Variables	Dimensiones
V 1. Costos comerciales	• Costos de inventario
	• Costos de distribución
V 2. Resultado económico	• Resultado del ejercicio
	• Rentabilidad

Nota: Elaboración propia.



CAPITULO II

FUNDAMENTOS TEÓRICOS

2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

Para sentar las bases de la investigación se examinaron algunas tesis relacionadas con el tema seleccionado.

2.1.1 A nivel internacional

Chamorro y Bernardo publicaron en 2016 su tesis "Contabilidad administrativa: un enfoque gerencial de costos" en la Universidad de Icesi, Colombia. Lo que buscaban era básicamente entender cómo la contabilidad administrativa realmente ayuda a las empresas de hoy en día. Lo interesante es que ellos se dieron cuenta de algo: aunque la contabilidad de costos es súper importante, muchos gerentes y contadores simplemente no la están aprovechando bien. Entonces decidieron crear algo así como un manual que explicara de forma clara cómo calcular costos de manera correcta, siguiendo las normas colombianas. Los autores plantean que las empresas hoy viven en un ambiente bastante difícil, donde si no eres eficiente y no sabes usar bien tus recursos, simplemente no sobrevives. Por eso insisten en que la contabilidad administrativa no debería verse solo como una forma de llevar registros, sino como una herramienta real para analizar información y tomar mejores decisiones. Según ellos, cuando entiendes bien tus costos, puedes hacer mejores planes, encontrar dónde estás gastando de más y armar presupuestos que realmente funcionen. Por otro lado, Salinas hizo algo parecido pero más práctico en 2020. En su tesis de la Universidad Técnica de Ambato, Ecuador, analizó una empresa específica:



CEPOLFI Industrial, que fabrica fibra de vidrio. Lo que encontró fue preocupante: la empresa no estaba calculando bien sus costos de producción, entonces no sabían realmente si estaban ganando o perdiendo dinero. Esto obviamente les complicaba todo, desde poner precios hasta identificar qué podían mejorar.

Salinas propuso implementar un sistema de costos por órdenes de producción para que pudieran tener números exactos de cuánto les costaba producir cada cosa. Él argumenta que si no controlas bien tus costos, es casi imposible mejorar tus ganancias o ser competitivo. Para él, tener buena información de costos es clave para saber si estás siendo eficiente, planificar inversiones y conocer la rentabilidad real de tu negocio.

Lo que ambos estudios tienen en común es que coinciden en algo fundamental: no importa si tu empresa es grande o pequeña, si no manejas bien los costos, estás en problemas. Los dos investigadores dejan claro que necesitas sistemas de costos que te den información confiable para tomar decisiones acertadas. Y algo importante: la contabilidad de costos no es solo cosa de contadores, es una herramienta de gestión que impacta directamente en qué tan rentable y competitiva es tu empresa.

Estas investigaciones son bastante valiosas para nuestra tesis porque demuestran por qué es tan necesario tener un buen sistema de costos. Nos dan una base teórica sólida para entender cómo la gestión de costos se relaciona directamente con mejorar la rentabilidad, que es justamente el tema central de nuestro estudio.

2.1.2 A nivel nacional



Callirgos presentó su tesis en 2018 en la Universidad Privada del Norte sobre la empresa MD Leather Corp S.A.C. de Trujillo, y lo que encontró fue bastante revelador. Básicamente, la empresa tenía un problema serio con cómo manejaba sus costos, y el problema venía desde arriba, desde la misma administración.

Lo que pasaba era lo siguiente: los gerentes decidían los costos de manera bastante superficial, fijándose solo en lo que gastaban a simple vista, sin meterse a fondo en el asunto. No se preguntaban cosas importantes como: ¿este gasto realmente para qué es? ¿Quiénes están involucrados? ¿En qué parte del proceso estamos? Simplemente veían el número y ya.

El autor explica que cuando distribuyes un producto, hay varias etapas desde que sale de tu empresa hasta que llega al cliente final. En cada una de esas etapas hay costos y gente trabajando, pero la empresa no estaba considerando todo eso. Solo miraban algunos gastos obvios y con eso armaban sus números. El resultado era que nunca tenían claro cuánto les costaba realmente hacer las cosas.

Esta forma de trabajar les traía consecuencias concretas: no sabían sus costos verdaderos, entonces tampoco podían saber con certeza si estaban ganando o perdiendo dinero. Era como manejar un negocio a ciegas.

Callirgos concluye que cuando no tienes control real sobre tus costos ni los registras bien, todo se complica. Te afecta la eficiencia de cómo trabajas, no sabes qué precios poner, y al final del día, tu rentabilidad se ve perjudicada. Es decir, la empresa estaba operando sin información confiable para tomar buenas decisiones, y eso es un problema grave.

2.1.3 A nivel local



Andrade y Mogollón publicaron en 2017 un estudio con una meta bastante clara: querían ver cómo aplicar las reglas contables actuales, específicamente las NIIF para PYMES, en empresas que venden gas licuado (GLP) en el país. Lo que buscaban era establecer una forma conservadora y segura de llevar la contabilidad de costos en este tipo de negocios.

Los autores explican que en las empresas de GLP, si no manejas bien los costos, te metes en problemas. Es fundamental para que el negocio sea sostenible, para que las finanzas sean transparentes y para que puedas tomar decisiones acertadas. No es algo opcional, es necesario.

Su investigación se enfocó principalmente en darle una guía a COMTRADIS S.A.C. y a otras empresas parecidas del mismo rubro, sobre todo pequeñas y medianas. La idea era mostrarles cómo administrar mejor su parte económica y financiera. Según ellos, cuando sigues bien las normas contables, puedes saber exactamente cuánto te cuestan las cosas, ver cómo está funcionando tu operación, usar mejor tus recursos y ganar más.

También destacan algo importante: cuando llevas tu contabilidad de forma conservadora y siguiendo las NIIF para PYMES, tus estados financieros se vuelven confiables. Esto significa que las empresas de GLP pueden tener información real y a tiempo para planificar lo que viene, controlar lo que está pasando y proyectar hacia el futuro.

En resumen, su trabajo terminó siendo un aporte valioso para que las empresas del sector energético y las PYMES con operaciones similares puedan fortalecer cómo gestionan sus costos. Es como un manual práctico para hacer las cosas bien desde el punto de vista contable.

2.2. MARCO TEÓRICO

2.2.1 Costos comerciales

Costo

¿Qué es el costo?

Varios autores han tratado de explicar qué es realmente un costo. Lazo, allá por el 2013, lo puso bastante simple: el costo es básicamente la suma de todo lo que tienes que hacer (medido en números) para conseguir algo. Es decir, siempre hay un sacrificio que se puede medir, ya sea plata, tiempo o recursos que gastas para obtener un producto o servicio.

Ramírez, García y Pantoja lo ven desde otro ángulo. Ellos dicen que cuando una empresa produce algo, ese producto existe gracias a los costos de todo lo que usó para hacerlo: la materia prima, los materiales, los trabajadores, las máquinas, el local, la luz, el desgaste de los equipos, todo eso. Para ellos, el costo no es solo un número en la contabilidad, es todo lo que inviertes para crear valor.

Kohler, por su parte, dice que el costo es cuando sacas plata del bolsillo (o te comprometes a sacarla después) para comprar algo, pagar por un servicio o incluso cuando pierdes algo. Puede ser dinero en efectivo, bienes que das a cambio, o deudas que asumes. Lo importante es que representa un esfuerzo económico necesario para que la empresa funcione.

¿Dónde se aplican los costos?

La Universidad Peruana Los Andes explica que los costos se pueden clasificar según dónde ocurren. Por ejemplo, en el área comercial están los costos de comprar y vender, sin que transformes nada. Aquí hablamos de lo que gastas en conseguir el producto, guardarlo, transportarlo, distribuirlo y venderlo.

Tipos de costos



García en 2008 propuso varias formas de clasificar los costos. Te cuento las principales:

Según para qué se usan:

Los *costos de distribución* son todo lo que gastas para que tu producto llegue del almacén al cliente: el transporte, empacarlo bien, guardarlo, la publicidad, todo eso.

Según cuándo afectan tus resultados:

Están los *costos inventariables*, que son los que pagaste por tus productos para venderlos después. Estos primero los anotas como inventario (un activo) y solo los pasas a gastos cuando vendes el producto.

Y luego están los *costos del período*, que son gastos de administración y distribución que no tienen que ver directamente con producir. Estos los registras de una vez en el período que los hiciste.

Diferencias importantes

Bulian en 2013 aclaró algo que mucha gente confunde:

- **Costo:** Es lo que pagas para producir o conseguir lo que vendes. Va directo al producto.
- **Gasto:** Es lo que pagas para administrar y hacer funcionar la empresa, pero no va directamente al producto. Por ejemplo, el sueldo del contador o la publicidad.
- **Pérdida:** Es cuando pierdes plata sin recibir nada a cambio. Puede ser por un error, algo que se dañó, o algo que salió mal.

Costos de tener inventario

Riquelme explicó en 2017 que tener productos guardados también cuesta plata. No es solo comprarlos, sino también todo lo que pagas por mantenerlos: el



alquiler del almacén, la seguridad, el personal que los maneja, el seguro, los que se dañan, los servicios básicos. Todo eso suma y hay que considerarlo.

Costos Comerciales

Los costos comerciales son básicamente todo lo que gastas cuando compras, guardas, transportas y vendes productos, sin que los transformes en nada. Te sirven para saber cuánto te costó realmente cada cosa que vendes y para ver si tu negocio está siendo rentable. Hay varias formas de calcularlos y clasificarlos, y aquí te explico las principales.

Costos reales (o lo que ya gastaste)

Alcántara lo explicó en 2018 de manera clara: los costos reales son los que ya pagaste, lo que efectivamente gastaste para producir algo o venderlo. Es plata que ya salió de tu bolsillo. Incluye todo: materiales, trabajadores, lo que sea que hayas usado para conseguir el producto.

Lo importante es que después tienes que comparar estos costos con lo que habías planeado gastar o con lo que gastaste antes. Así puedes ver si estás usando bien tus recursos o si te estás pasando. La idea es desglosar cada peso que gastaste para entender si tu forma de trabajar es eficiente o no.

En pocas palabras, los costos reales te muestran exactamente qué recursos consumiste y son fundamentales para saber cómo estás operando, tomar mejores decisiones y controlar tus finanzas.

Costos de recuperación

Este concepto que también menciona Alcántara se usa cuando hay riesgo de que no recuperes lo que gastaste. Por ejemplo, cuando vendes algo a crédito y no estás seguro de que te vayan a pagar.



Con este método, solo registras la venta como ganancia cuando ya recuperaste todo lo que te costó el producto. Es una forma conservadora de llevar las cuentas. No quieres anotar ganancias que tal vez nunca veas, ¿cierto? Entonces esperas a estar seguro de que recuperaste tu inversión antes de celebrar.

Se usa especialmente en ventas riesgosas, donde hay posibilidad de que el cliente no cumpla. Así proteges tus estados financieros de mostrar ganancias que no existen.

Cómo calcular el costo comercial

Cedeño explicó en 2019 un método bien práctico llamado División Simple. Es bastante directo: tomas el precio que te cobra tu proveedor y le sumas absolutamente todo lo que gastaste para que ese producto llegue a tu almacén listo para vender. Esto incluye el transporte, el seguro, el almacenaje, cualquier gasto extra que hayas tenido.

Después de sumar todo, divides ese total entre la cantidad de productos que compraste, y listo, ya tienes el costo unitario. Así sabes exactamente cuánto te costó cada unidad.

Este método funciona muy bien cuando vendes cosas parecidas entre sí y necesitas saber el costo exacto para poner precios correctos y ver cuánto estás ganando realmente. Te da claridad sobre cuánto invertiste en cada producto que vendes, lo cual te ayuda a tomar mejores decisiones sobre tu negocio.

2.2.2 Resultado económico

Teoría Clásica

Jiménez nos cuenta en su trabajo de 2017 que todo esto empezó en 1776 cuando Adam Smith publicó "La riqueza de las naciones". Fue como un parteaguas en economía porque Smith planteó algo revolucionario para su época: que la riqueza de un país viene de su comercio y de cuánto puede producir.

Lo interesante de los clásicos es que creían que la economía se arregla sola, sin que el gobierno tenga que meterse. Según ellos, cuando dejas que las empresas y las personas compitan libremente y tomen sus propias decisiones, todo se acomoda naturalmente: cuánto producir, cuánto consumir, cómo repartir las ganancias.

Smith habló de algo que se hizo famoso: la "mano invisible". Básicamente decía que cuando cada quien busca su propio beneficio, sin querer termina ayudando a todos. Medio raro, ¿no? Pero su lógica era esa. También decía que si divides el trabajo y cada quien se especializa en lo suyo, produces mucho más y mejor. Para él y sus seguidores, el secreto de la riqueza estaba en acumular capital, competir bien y ser productivo.

¿Y qué tiene que ver esto con nuestra investigación? Bueno, pues según esta teoría, si quieres ser rentable tienes que usar bien tus recursos, especializarte en lo que haces, bajar costos y producir más con menos. Nos sirve para entender cómo la eficiencia y la buena gestión de costos impactan directamente en las ganancias de una empresa.

Teoría Keynesiana



Ahora, Keynes llegó en 1936 con su libro "Teoría general de la ocupación, el interés y el dinero" y básicamente dijo: "Ey, los clásicos están equivocados". Apareció justo después de la Gran Depresión de 1929, cuando quedó claro que el mercado no se arregla solo como decía Smith.

Keynes argumentaba que los mercados tienen fallas, que pueden causar desempleo masivo y crisis largas si nadie hace nada. Su propuesta era que el Estado tiene que involucrarse, no para controlarlo todo, pero sí para regular y estabilizar cuando las cosas se ponen feas. Defendía que el gobierno gaste en obras públicas, invierta, mueva la economía cuando está estancada.

De ahí surgió lo que llamaron el "nuevo liberalismo": sí al mercado libre, pero con un Estado que interviene cuando es necesario. Es como un equilibrio entre dejar hacer y no abandonar el barco.

¿Por qué nos importa esto? Porque nos ayuda a entender cómo las crisis económicas, las malas rachas del mercado, la inflación o cuando la gente no tiene plata para comprar afectan a las empresas. En nuestro caso, esta teoría nos permite ver cómo factores externos que no controla la empresa han impactado su rentabilidad. No todo depende solo de qué tan bien trabajes internamente; a veces el contexto económico te golpea y tienes que entender eso para tener el panorama completo.

2.3. DEFINICIÓN DE TÉRMINOS

Utilidad bruta

La utilidad bruta es uno de esos números que te dicen rápido cómo le está yendo a tu negocio. Básicamente es lo que te queda después de restarle a tus ventas lo que te costaron los productos. Es tu primera ganancia, antes de pagar todos los demás gastos.

¿Por qué importa? Porque te muestra qué tan bien estás controlando tus costos de compra, almacenamiento y distribución. Si vendes cosas sin transformarlas, este número te dice si tus precios están bien puestos y si estás manejando bien los gastos de transporte, seguros, empaques, y esas pérdidas cuando algo se daña. Si tu utilidad bruta es alta, vas bien. Si es baja, puede que estés pagando mucho a tus proveedores o que tus precios no sean competitivos.

Este indicador te sirve para comparar cómo te fue este mes versus el anterior, y te ayuda a ver dónde puedes ahorrar. Además, es la base para saber si vas a poder cubrir todos tus otros gastos y al final tener ganancias.

Utilidad operativa

La utilidad operativa te dice cuánto ganas con lo que realmente haces, con tu negocio principal. A diferencia de la utilidad bruta, aquí ya restaste los sueldos, la luz, el alquiler, todo lo que gastas para operar día a día. Pero todavía no cuentas los préstamos ni los impuestos.

Lo valioso de este número es que te muestra si tu negocio se sostiene por sí solo, sin depender de plata prestada o ingresos extras. Si tu utilidad operativa es positiva, significa que estás usando bien tus recursos y que tu forma de trabajar está dando resultados.



También te sirve para compararte con tu competencia de manera justa, porque todos están bajo las mismas condiciones operativas. Y te ayuda a decidir si puedes expandirte, invertir en algo nuevo o aguantar una mala racha sin quebrarte.

Gastos financieros

Son todos los gastos que tienes por usar plata prestada: intereses de créditos, comisiones del banco, cargos por sobregiros, todo eso. Es lo que te cuesta endeudarte.

Analizar estos gastos te dice qué tan endeudado estás y si esas deudas son manejables. Si estos gastos se disparan, puede ser señal de que estás muy dependiente del crédito o que no estás planeando bien tus finanzas. Pero si están en niveles razonables, significa que estás usando bien el financiamiento para crecer sin poner en riesgo tu estabilidad.

Lo ideal es negociar bien con los bancos, comparar tasas, proyectar tu flujo de caja y evaluar constantemente si vale la pena lo que estás pagando por esas deudas. Eso mantiene tu negocio solvente y funcionando bien.

Utilidad antes de impuestos

Este número te muestra cuánto ganaste antes de pagarle al fisco. Es útil porque te deja ver tu desempeño real sin que los impuestos lo distorsionen.

Es especialmente bueno para compararte con empresas de otros países o con diferentes regímenes tributarios, porque todos tienen cargas fiscales distintas. También te ayuda a proyectar cuánto vas a tener que pagar de impuestos y si vas a poder cumplir con esa obligación.



Es como un punto intermedio clave en tu estado de resultados, justo antes de llegar a la utilidad final. Te sirve para identificar si tus problemas vienen de cómo operas, de tus deudas o simplemente de los impuestos.

Utilidad neta

Este es el número final, el que realmente importa. Después de pagar absolutamente todo —operación, deudas, impuestos— esto es lo que te queda. Esta plata la puedes repartir entre los socios, reinvertir en el negocio o guardar para imprevistos.

Resume todo: cómo administraste, cómo operaste, cómo manejaste las finanzas. Si este número es positivo y va creciendo, lo estás haciendo bien. Si es negativo, hay problemas que resolver: gastos excesivos, ineficiencias, mal momento del mercado o errores estratégicos.

Con la utilidad neta calculas otros indicadores importantes como cuánto ganas por cada peso invertido, que son datos clave para decidir si invertir en tu negocio o evaluar cómo está tu situación financiera.

Costo de adquisición

Es todo lo que pagas para conseguir un producto y tenerlo listo para vender o usar. No es solo lo que te cobra el proveedor, sino también el transporte, el seguro, el flete, guardarlo, los trámites de aduana, todo lo que necesites para que llegue a tu almacén en buenas condiciones.

Calcular bien este costo es fundamental para poner precios correctos y valorar tu inventario. Si lo calculas mal y te quedas corto, puedes terminar vendiendo muy barato y perdiendo plata sin darte cuenta.

Costos comerciales



Son todos los gastos para que tu producto llegue al cliente final: publicidad, comisiones de vendedores, empaques, transporte de entrega, promociones, sueldos del equipo de ventas, todo eso.

Manejar bien estos costos es clave para ser competitivo, porque afectan directamente cuánto ganas y cómo te percibe el mercado. Analizarlos te permite mejorar procesos: tal vez puedes optimizar rutas de entrega, rediseñar tu logística o hacer marketing más eficiente.

Existencias

Son los productos que tienes guardados para vender, producir o usar. Pueden ser materias primas, cosas a medio hacer, productos terminados, suministros o mercadería. Es uno de tus activos más importantes, sobre todo si tienes un negocio comercial o industrial.

Gestionar bien tu inventario significa tener lo suficiente para vender sin quedarte sin stock, pero tampoco tener demasiado porque eso te amarra la plata. Si tienes mucho inventario, estás inmovilizando recursos. Si tienes poco, pierdes ventas.

Utilidad (concepto económico)

En economía, utilidad es qué tan satisfecho queda alguien cuando consume algo. Es un concepto medio subjetivo porque cada persona valora las cosas diferente según lo que necesita o prefiere.

Este concepto explica por qué la gente compra lo que compra y cómo funciona el mercado. Las empresas necesitan entender cómo sus clientes valoran sus productos para diseñar estrategias de marketing, poner precios y diferenciarse de la competencia.

Valoración actuarial



Es calcular cuánto debes hoy por compromisos futuros con tus trabajadores: su CTS, pensiones, beneficios después de que se jubilen, ese tipo de cosas.

Estas valoraciones te permiten saber exactamente cuánto pasivo laboral tienes y preparar los recursos para cumplir. Hacerlo bien te da transparencia financiera y evita sorpresas desagradables que puedan afectar tu estabilidad económica después.

Valor razonable

Es un concepto que usan mucho las normas internacionales de contabilidad (NIIF). Básicamente es cuánto recibirías si vendieras algo hoy en el mercado, o cuánto pagarías por transferir una deuda, en una transacción normal entre participantes del mercado.

La idea es valorar las cosas de forma más objetiva y actualizada, considerando las condiciones actuales del mercado y no solo lo que pagaste hace tiempo. Esto hace que tus estados financieros sean más comparables, relevantes y transparentes, lo que ayuda a tomar mejores decisiones tanto dentro como fuera de la empresa.



CAPITULO III

METODOLOGÍA

3.1. MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN

La generación de conocimiento nuevo mediante el establecimiento de vínculos entre diversos fenómenos constituye el fundamento del quehacer científico, proceso que Benítez (2020) identifica como metodología científica. El enfoque hipotético-deductivo permite formular problemáticas a partir del análisis de situaciones específicas, las cuales pueden vincularse con marcos teóricos mediante razonamiento inductivo, tal como señala Valderrama (2019, p.97). La confiabilidad y precisión de los hallazgos constituyen elementos cruciales en cualquier proceso investigativo, determinando la solidez de las conclusiones alcanzadas.

Por esta razón, resulta indispensable estructurar un procedimiento sistemático que permita identificar la relevancia de los fenómenos estudiados y determinar el alcance de las contribuciones que la investigación puede ofrecer.

3.1.1 Tipo de investigación

Siguiendo la clasificación que propone Charaja (2011, p.176), esta investigación es de tipo básica, es decir, busca generar conocimiento más que resolver un problema específico de inmediato. En cuanto al método, es un estudio no experimental, lo que significa que observamos y analizamos la realidad tal como es, sin manipular nada. Esta forma de trabajar nos permite estudiar situaciones reales y encontrar relaciones de causa y efecto que nos ayudan a entender mejor lo que pasa, porque como dice el mismo Charaja (2011, p.161), explicar algo es básicamente hacer que se pueda comprender y tenga sentido.



3.2. NIVEL DE INVESTIGACIÓN

La investigación se desarrolló con un alcance descriptivo. De acuerdo con Hernández et al. (2003), los estudios transversales capturan información en un momento específico con el objetivo de caracterizar variables y examinar sus patrones de asociación en ese instante determinado.

3.3. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

Considerando las características del estudio y la ausencia de intervención sobre las variables, se adoptó una configuración no experimental. Hernández y Mendoza (2018, p.175) explican que estas investigaciones "se realizan sin la manipulación deliberada de variables y en los que solo se observan los fenómenos en su ambiente natural para analizarlos". El diseño transversal permite recopilar información en un único período temporal, enfocándose en describir las variables y examinar sus interrelaciones en ese momento particular (Hernández et al., 2003).

3.4. ÁMBITO DE INVESTIGACIÓN

Las empresas de venta de equipos de cómputo en la ciudad de Puno

3.4.1 Temporal

El presente estudio se efectuó en el periodo 2024.

3.4.2 Espacial

Organización: Las empresas de venta de equipos de cómputo en la ciudad
de Puno

Región: Puno.

País: Perú.

3.5. POBIACIÓN Y MUESTRA

3.5.1 Población

La población de estudio son los propietarios y trabajadores de las empresas de venta de equipos de cómputo en la ciudad de Puno a quienes se solicitó la información para la presentación y análisis de datos.

3.5.2 Muestra

Los sujetos de estudio son las empresas de venta de equipos de cómputo en la ciudad de Puno en total $N = 36$.

3.6. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOGIDA DE INFORMACIÓN

3.6.1 Técnicas

Técnicas de recolección de datos: Para el desarrollo de la presente investigación se consideró como técnica de obtención de información mediante la encuesta y observación.

3.6.2 Instrumento

Ficha de observación y encuesta.

3.7. RECOGIDA DE DATOS

3.6.3 Fuentes

a) Fuentes originales: Estas fuentes buscan reunir datos directos y concretos de la unidad que se está evaluando.

a) Información derivada: Consiste en la recopilación de materiales de investigaciones pasadas, tales como disertaciones, artículos, publicaciones en revistas y libros digitales, entre otros.

3.6.4 Técnicas de tratamiento de datos

Los datos que conseguimos de las empresas que venden tecnología en Puno los trabajamos de forma ordenada: primero los organizamos, luego los clasificamos y finalmente los interpretamos. Para empezar, estructuramos toda



la información usando formatos que se adaptan al sistema de costeo de servicios, lo que nos facilitó identificar bien cada parte de los costos que manejan estas empresas en su día a día.

Después de eso, usamos herramientas de estadística descriptiva para entender mejor lo que estaba pasando y captar las tendencias y patrones del mercado que estábamos estudiando. Acá metimos tablas de frecuencia, matrices comparativas, promedios, medianas, modas, desviación estándar, varianza y otros instrumentos estadísticos que nos ayudaron a ver el panorama completo. Todo este trabajo nos permitió convertir los datos crudos en información que realmente se puede entender y usar. Así armamos una base sólida para después analizar los resultados, explicar lo que encontramos y verificar si nuestras hipótesis tenían sentido.

3.6.5 Contrastación de hipótesis

Para comprobar nuestras hipótesis vamos a usar la prueba estadística de chi cuadrado (χ^2), que es perfecta para ver si existe una relación real entre variables cualitativas. Esta prueba nos va a ayudar a saber si las diferencias que encontramos son pura casualidad o si de verdad hay una conexión estadística entre las variables que estamos analizando.

Para que todo sea más riguroso y confiable, vamos a procesar la prueba de chi cuadrado con el programa SPSS (Software de Estadística para Ciencias Sociales), que es como el estándar en el mundo académico porque es súper preciso y tiene funciones automáticas que facilitan un montón el análisis e interpretación de los datos.

Con esta herramienta vamos a obtener los valores exactos del χ^2 , los valores de probabilidad (valor p) y los grados de libertad, que son los ingredientes clave



para decidir si aceptamos o rechazamos nuestras hipótesis según lo que definimos desde el principio en nuestro diseño de investigación.

CAPITULO IV

ANÁLISIS DE RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Una vez que terminamos de recopilar toda la información, empezamos a analizar los datos. Todo lo que conseguimos lo organizamos, clasificamos y metimos al programa SPSS versión 25, que es una herramienta estadística que nos facilitó hacer tanto los análisis descriptivos como las pruebas más complejas que teníamos planificadas desde el inicio. Con este programa armamos tablas de frecuencia, calculamos promedios y otros indicadores estadísticos importantes, hicimos gráficos y matrices comparativas que ayudan a entender mejor los resultados y a ver con más claridad qué está pasando con las variables que estamos estudiando. Todas las tablas y gráficos que vas a ver más adelante los hicimos completamente en SPSS y son la base de todo nuestro análisis. Cada cosa que incluimos fue elegida a propósito para mostrar, ejemplificar y aclarar los patrones que encontramos en los datos, asegurándonos de que todo el proceso sea riguroso y confiable.

Tabla 2

¿Con qué frecuencia considera que la competencia en el mercado local afecta sus precios?

	f	%
Nunca	3	8%
A veces	2	6%
Casi siempre	13	36%
Siempre	18	50%
Total	36	100%

Nota: Elaboración propia

Interpretación

Los resultados sobre qué tan seguido la competencia local afecta los precios muestran algo bastante claro: las empresas dependen mucho de lo que hacen los demás. La mitad de los encuestados (50%) dijo que siempre tienen que estar pendientes de la competencia al momento de poner precios, y otro 36% comentó que casi siempre les pasa lo mismo.

Esto sugiere que la mayoría de las empresas ajustan sus precios de manera constante en respuesta a los movimientos de sus competidores, lo cual es característico de mercados altamente competitivos. Un 6% de los empresarios afirmó que a veces la competencia afecta los precios, lo que podría indicar que estos negocios cuentan con factores adicionales, como costos de adquisición o productos con características diferenciadas, que también juegan un papel importante en su estrategia de precios.

Finalmente, un 8% de los participantes mencionó que nunca perciben que la competencia influya en sus precios, lo que podría estar relacionado con empresas

con un posicionamiento fuerte en el mercado o aquellas que operan en nichos donde la competencia no es tan significativa.

Este patrón de respuestas resalta la importancia de la competencia en el mercado de equipos de cómputo en la ciudad de Puno. La gran mayoría de los empresarios (86%) indican que la competencia tiene un impacto frecuente o constante en sus decisiones de precios, lo que refleja un entorno comercial donde las fluctuaciones de precios son comunes y las empresas deben estar preparadas para ajustar sus tarifas en función de las condiciones del mercado.

Esto también podría indicar que las empresas no están adoptando un enfoque estratégico a largo plazo respecto a sus precios, sino que están adoptando una postura más reactiva frente a los movimientos de los competidores.

A pesar de la alta influencia de la competencia, el 8% de las empresas que señalaron que la competencia nunca afecta sus precios podrían estar operando en un contexto diferente, tal vez con una fuerte fidelización de clientes, productos altamente diferenciados o una ventaja competitiva que les permite tener un mayor control sobre sus precios sin verse afectados por las fluctuaciones del mercado local.

Este pequeño porcentaje sugiere que en el mercado de Puno también existen empresas que, por diversos factores, no están tan sujetas a la dinámica de competencia en cuanto a precios se refiere.

Conclusión

En términos generales, los resultados muestran un mercado competitivo en el que los precios son un factor clave de competitividad, lo que implica que las empresas tienen que ser flexibles y estar preparadas para ajustar sus precios continuamente. Esto podría sugerir la necesidad de estrategias adicionales que vayan más allá de la simple fijación de precios, como la diferenciación de productos, la mejora en el



servicio al cliente o el uso de tecnologías que permitan reducir costos y mejorar la eficiencia operativa.

Este análisis también nos lleva a pensar en algo importante: las empresas no tienen por qué estar todo el tiempo compitiendo solo por precios. Como la mayoría dice que la competencia les afecta bastante en ese tema, quizás sería buena idea buscar otras formas de destacarse. Por ejemplo, podrían apostar por productos más innovadores, ofrecer servicios extra que otros no dan, o crear programas de puntos y beneficios que mantengan a los clientes contentos y fieles, sin tener que entrar en una guerra de precios que al final les hace perder plata.

Por otro lado, las empresas que no se sienten tan presionadas por la competencia deberían seguir aprovechando lo que ya tienen a su favor: clientes que les compran siempre, productos exclusivos que no se encuentran en cualquier lado, ese tipo de cosas. Así pueden mantener su ventaja sin sacrificar sus ganancias.

Tabla 3

¿Con qué frecuencia considera que la falta de infraestructura afecta sus costos de producción?

	f	%
Nunca	6	17%
A veces	8	22%
Casi siempre	9	25%
Siempre	13	36%
Total	36	100%

Nota: Elaboración propia

Interpretación

Cuando preguntamos qué tan seguido la falta de infraestructura les afecta los costos de producción, las respuestas mostraron que esto es un problema serio para muchas empresas. El 36% dijo que siempre la infraestructura deficiente les impacta los costos, lo que significa que para un buen grupo de empresarios esto es algo con lo que lidian todos los días.

Además, un 25% respondió que casi siempre tienen este problema, confirmando que la mala infraestructura es un obstáculo constante para bastantes negocios del sector.

Por otro lado, el 22% comentó que solo a veces la falta de infraestructura les afecta los costos, lo que sugiere que para ellos no es algo permanente, pero sí les pega en ciertos momentos.

Finalmente, hay un 17% que dijo que nunca la infraestructura les afecta sus costos. Probablemente estas empresas operan en mejores condiciones o simplemente no dependen tanto de ese factor.



Si sumamos todo, vemos que el 61% de las empresas sienten que la infraestructura deficiente les afecta seguido o todo el tiempo. Esto es importante porque cuando la infraestructura es mala, todo se complica: los procesos tardan más, se desperdician recursos y a veces hay que buscar soluciones más caras para sortear esos problemas.

Aunque el 17% no siente ese impacto —tal vez porque tienen mejor infraestructura o no dependen tanto de ella— el hecho de que más de la mitad diga que sí les afecta bastante nos dice que hay mucho por mejorar en Puno. Si se arreglaran estas condiciones operativas, las empresas podrían bajar costos y competir mejor.

Conclusión

En resumen, la falta de infraestructura es un problema grande para la mayoría de las empresas que venden equipos de cómputo en Puno y les pega directo en los costos.

Estas empresas necesitan mejorar sus condiciones de trabajo para que este factor deje de frenar su eficiencia y sus ganancias.

Lo recomendable sería que busquen formas de reducir este impacto: optimizar sus procesos internos, implementar soluciones tecnológicas o cualquier estrategia que les ayude a compensar la infraestructura inadecuada.

Tabla 4*¿Con qué frecuencia experimenta aumentos en las ventas?*

	f	%
Nunca	6	17%
A veces	7	19%
Casi siempre	12	33%
Siempre	11	31%
Total	36	100%

Nota: Elaboración propia

Interpretación

Los resultados sobre qué tan seguido las empresas ven crecer sus ventas muestran experiencias variadas. El 33% dijo que casi siempre sus ventas suben, lo que indica que un buen número de empresas está viendo resultados positivos de forma frecuente. Además, el 31% respondió que siempre tienen aumentos en las ventas, lo que confirma que una parte importante de estos negocios mantiene un desempeño constante y favorable.

Por otro lado, un 19% de los encuestados mencionó que a veces experimentan aumentos en las ventas, lo que sugiere que, aunque este fenómeno no es constante, se presenta en algunas ocasiones.

Finalmente, un 17% de las empresas indicó que nunca experimentan aumentos en las ventas, lo que podría reflejar a un grupo más pequeño de empresas que enfrentan dificultades para aumentar sus ventas, tal vez debido a factores como la falta de demanda, la competencia o problemas internos en sus estrategias de comercialización.

El análisis de estos resultados muestra que, en general, un 64% de los encuestados (sumando los que indicaron "siempre" y "casi siempre") experimentan aumentos en las ventas con cierta regularidad.

Esto indica que, a pesar de los desafíos en el mercado local, una gran parte de las empresas de venta de equipos de cómputo en Puno está logrando un desempeño positivo en términos de ventas, lo que puede estar vinculado a la creciente demanda de tecnología y equipos de cómputo en la región.

Conclusión

Sin embargo, el 17% de las empresas que señalaron que nunca experimentan aumentos en las ventas sugieren que hay un pequeño grupo de empresas que están luchando por mantener su crecimiento. Esto podría estar relacionado con factores como la competencia intensa, la falta de diferenciación de productos o servicios, o la escasez de estrategias de marketing efectivas.

En conclusión, los resultados indican que la mayoría de las empresas de venta de equipos de cómputo en la ciudad de Puno están experimentando aumentos en sus ventas, lo que es una señal positiva del dinamismo del mercado.

Sin embargo, se debe prestar atención al pequeño porcentaje de empresas que no han experimentado aumentos, ya que este grupo podría necesitar un enfoque estratégico diferente para superar las barreras que limitan su crecimiento en ventas.

Tabla 5

¿Con qué frecuencia considera que la gestión eficiente de los costos es clave para el éxito económico?

	f	%
Nunca	5	14%
A veces	6	17%
Casi siempre	10	28%
Siempre	15	42%
Total	36	100%

Nota: Elaboración propia

Interpretación

Los resultados sobre qué tan seguido los empresarios consideran que manejar bien los costos es clave para tener éxito económico muestran algo bastante claro: este factor es súper importante para la mayoría. El 42% dijo que siempre cree que gestionar bien los costos es fundamental para que le vaya bien al negocio, lo que muestra que este tema está en el radar de casi todos.

Además, el 28% respondió que casi siempre lo considera crucial, reforzando la idea de que para una buena parte de las empresas, controlar los costos es una pieza clave para obtener buenos resultados económicos.

Por otro lado, el 17% mencionó que solo a veces piensan que la gestión de costos es importante. Para ellos, aunque sí importa, no siempre lo ven como el factor principal del éxito.

Finalmente, hay un 14% que dijo que nunca considera que manejar bien los costos sea clave para el éxito económico. Este pequeño grupo tal vez no ve la optimización de costos como una prioridad en sus estrategias de negocio.

Si sumamos los que dijeron "siempre" y "casi siempre", tenemos un 70% que reconoce claramente la importancia de gestionar bien los costos. Esto nos dice que la mayoría de las empresas entienden que controlar y optimizar gastos es esencial para ser rentables y sostenibles, sobre todo en un mercado donde hay que competir duro.

Aunque un pequeño porcentaje (14%) no lo ve como algo clave, la tendencia general muestra que casi todos valoran la buena administración de los costos. Esto probablemente tiene que ver con la realidad de que, en un entorno económico incierto, saber manejar bien los recursos puede ser la diferencia entre salir adelante o quedarse en el camino.

Conclusión

En conclusión, los resultados revelan que la mayoría de las empresas de venta de equipos de cómputo en la ciudad de Puno reconoce la gestión eficiente de los costos como un aspecto clave para su éxito económico. Las empresas deben seguir priorizando la optimización de sus costos operativos, ya que una adecuada gestión de los mismos puede mejorar significativamente su rentabilidad y competitividad. Para aquellas empresas que no consideran tan relevante este aspecto, es recomendable revisar sus estrategias internas y considerar la implementación de prácticas más efectivas en la gestión de los costos.

Tabla 6

¿Con qué frecuencia experimenta impactos negativos en sus resultados económicos debido a cambios en la política gubernamental?

	f	%
Nunca	8	22%
A veces	8	22%
Casi siempre	11	31%
Siempre	9	25%
Total	36	100%

Nota: Elaboración propia

Interpretación

Los resultados sobre qué tan seguido las empresas sufren impactos negativos en sus ganancias por cambios en las políticas del gobierno muestran una preocupación moderada pero real. El 31% dijo que casi siempre les afecta negativamente cuando cambian las políticas, lo que indica que bastantes empresas sienten que las decisiones del gobierno les pegan seguido en sus resultados.

Además, el 25% respondió que siempre experimentan estos impactos negativos, confirmando que para este grupo los cambios regulatorios y las decisiones políticas son un dolor de cabeza constante.

Por otro lado, el 22% mencionó que solo a veces les afecta, lo que significa que aunque no es todo el tiempo, sí pasa en ciertas situaciones. Y finalmente, otro 22% dijo que nunca les afectan los cambios de política gubernamental, sugiriendo que estas empresas no sienten una conexión directa entre lo que hace el gobierno y sus resultados económicos.

Si sumamos los que dijeron "siempre" y "casi siempre", tenemos un 56% que sí experimenta impactos negativos por las decisiones del gobierno. Esto es importante porque muestra que el sector es vulnerable a cambios en regulaciones o políticas públicas que pueden afectar sus costos, la estabilidad del mercado o la demanda.

Las políticas del gobierno —especialmente las relacionadas con impuestos, regulaciones comerciales, restricciones a importaciones o incentivos fiscales— pueden generar incertidumbre y pegarle a la rentabilidad de las empresas.

Ese 22% que nunca siente estos impactos probablemente opera en un entorno más estable, es más adaptable o depende menos de las políticas públicas. También podrían ser empresas que ya desarrollaron estrategias para protegerse de estos cambios.

Conclusión

En resumen, una buena parte de las empresas que venden equipos de cómputo en Puno sí se ven afectadas negativamente por los cambios en las políticas del gobierno, lo que deja claro que hace falta más estabilidad y predictibilidad en el tema regulatorio.

Las empresas tienen que estar listas para adaptarse rápido a los cambios políticos y armar estrategias que les ayuden a amortiguar el golpe de posibles modificaciones en las políticas. Y las que no sienten ese impacto igual deberían mantenerse atentas a lo que pasa con las políticas públicas para poder anticiparse a cualquier cambio que les pueda afectar.

Tabla 7

¿Con qué frecuencia utiliza estrategias para mitigar el impacto de factores externos en sus resultados económicos?

	f	%
Nunca	5	14%
A veces	9	25%
Casi siempre	12	33%
Siempre	10	28%
Total	36	100%

Nota: Elaboración propia

Interpretación

Los resultados sobre qué tan seguido las empresas usan estrategias para reducir el impacto de factores externos en sus ganancias muestran que la mayoría sí está tomando medidas.

El 33% dijo que casi siempre aplica estrategias para protegerse de estos factores, lo que indica que una buena parte de las empresas está siendo proactiva y no se queda de brazos cruzados frente a los riesgos y las incertidumbres del entorno. Además, el 28% respondió que siempre usa estrategias de mitigación, confirmando que la mayoría es consciente de que hay que tomar acciones para cuidar sus resultados económicos.

Por otro lado, el 25% mencionó que solo a veces implementa estas estrategias, lo que sugiere que aunque toman medidas, no lo hacen de forma constante. Y finalmente, el 14% dijo que nunca usa estrategias para mitigar estos impactos. Este grupo tal vez no ve los factores externos como una amenaza seria o simplemente no tiene las herramientas o la capacidad para implementar estrategias efectivas.

Si sumamos los que dijeron "siempre" y "casi siempre", tenemos un 61% que usa estrategias de forma regular para protegerse de factores externos. Esto muestra un enfoque proactivo en la gestión de riesgos, donde las empresas están al tanto de lo que puede afectar sus resultados: cambios en el mercado, políticas del gobierno, variaciones en los precios de insumos, problemas con la logística, etc.

Aunque ese 14% que no usa estrategias de mitigación podría reflejar falta de planificación o la percepción de que estos factores no son tan importantes, la mayoría parece estar preparada para enfrentar posibles riesgos. Esto sugiere que manejar factores externos es visto como algo clave para mantener la estabilidad económica en un mercado competitivo e incierto.

Conclusión

En resumen, la mayoría de las empresas que venden equipos de cómputo en Puno reconocen que es importante tener estrategias para reducir los efectos de factores externos en sus resultados económicos.

Las empresas deben continuar desarrollando estas estrategias para mantenerse competitivas y resilientes ante los desafíos que puedan surgir del entorno económico, político o social. Para aquellas que no emplean estas estrategias, sería recomendable evaluar los riesgos potenciales del entorno y considerar la implementación de medidas para proteger sus resultados a largo plazo.

4.1.1 Prueba de hipótesis general

La presente investigación parte de la hipótesis general que sostiene que **la determinación de los costos comerciales sí repercute significativamente en los resultados económicos de las empresas dedicadas a la venta de equipos de cómputo en la ciudad de Puno, durante el año 2024**. Esta hipótesis se fundamenta en la premisa de que una adecuada identificación,



cálculo y control de los costos comerciales —tales como costos de adquisición, almacenamiento, distribución, personal y promoción— influye directamente en la rentabilidad, liquidez y eficiencia operativa de las empresas del sector.

Con el propósito de contrastar esta hipótesis, se aplicaron **pruebas estadísticas de carácter inferencial**, específicamente la **prueba de chi cuadrado (χ^2)** y el **coeficiente de correlación de Spearman**. La prueba de chi cuadrado permitió identificar la existencia de una relación significativa entre las variables “determinación de los costos comerciales” y “resultados económicos”, evaluando si las variaciones observadas en una variable se asocian con cambios en la otra. Asimismo, el análisis mediante el coeficiente de correlación de Spearman posibilitó medir el **grado y dirección de la relación** entre ambas variables, especialmente por tratarse de datos de naturaleza ordinal y no requerir supuestos estrictos de normalidad. Esta técnica estadística permitió determinar si, a mayores niveles de precisión en la determinación de los costos comerciales, se generan también mejores resultados económicos, en términos de utilidades, márgenes de ganancia y estabilidad financiera.

Los resultados obtenidos a partir de estas pruebas proporcionan evidencia empírica para evaluar la validez de la hipótesis planteada, constituyendo un sustento cuantitativo relevante para comprender cómo la gestión de los costos comerciales impacta en el desempeño económico de las empresas analizadas.

Tabla 8

Costos comerciales y resultados económicos

Costos comerciales	Resultados económicos								Total	
	Nunca		A veces		Casi siempre		Siempre		f	%
	f	%	f	%	f	%	f	%		
Nunca	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%	2	6.45%	2	6.45%
A veces	0	0.00%	0	0.00%	1	3.23%	3	9.68%	4	12.90%
Casi siempre	1	3.23%	2	6.45%	3	9.68%	8	25.81%	12	45.16%
Siempre	2	6.45%	1	3.23%	3	9.68%	13	41.94%	18	61.29%
Total	3	9.68%	3	9.68%	7	22.58%	26	83.87%	36	125.81%
Prueba Chi cuadrado $X = 10.01$							$p = 0.023$			
Correlación de Spearman = 0.588							$p = 0.002$			

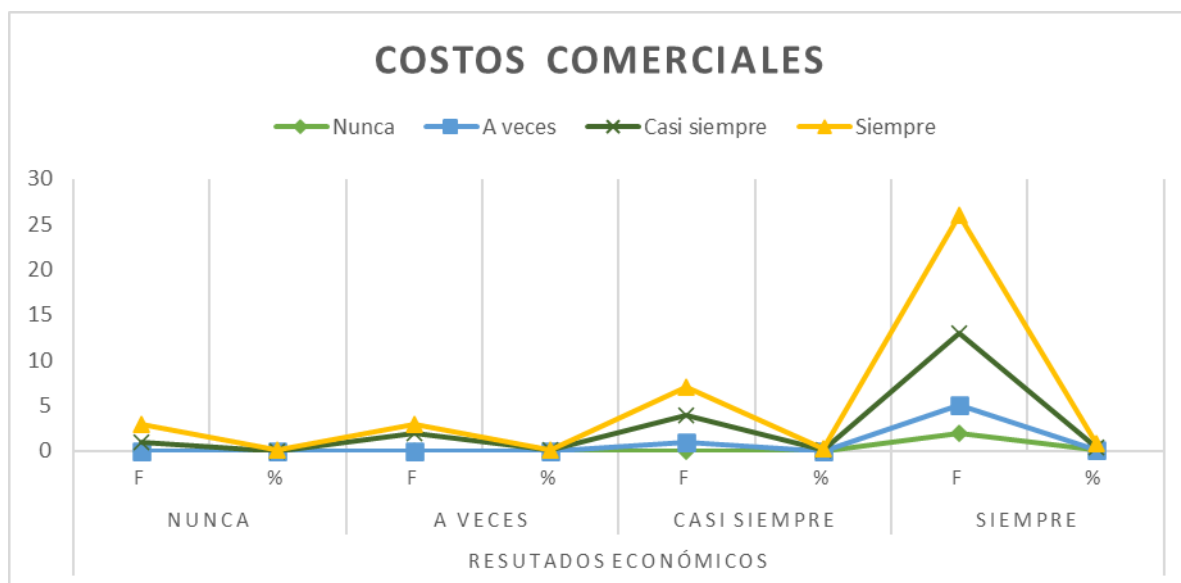
Nota: Elaboración propia

En la Tabla 8 se puede ver cómo se distribuyeron las respuestas sobre los costos comerciales y los resultados económicos. Lo que muestran los datos es bastante claro: cuando las empresas manejan bien sus costos comerciales, sus resultados económicos mejoran.

Los resultados de la prueba de chi cuadrado nos dieron un p-valor de 0.023, que es menor a 0.05. Esto confirma que sí hay una relación significativa entre los costos comerciales y los resultados económicos. En otras palabras, tenemos evidencia estadística sólida de que nuestra hipótesis es correcta: cuando una empresa determina y gestiona bien sus costos comerciales, eso impacta directamente en sus ganancias. Esto aplica específicamente para las empresas que venden equipos de cómputo en Puno.

Figura 1

Costos comerciales y resultados económicos



Nota: Elaboración propia

Además, el coeficiente de correlación de Spearman salió en 0.588, con un p-valor de 0.002, lo que muestra que existe una correlación moderada y positiva entre las variables. Esto significa que cuando las empresas mejoran el manejo de sus costos comerciales, sus resultados económicos también mejoran de manera proporcional. Que la relación sea moderada nos dice que, aunque hay otros factores que también influyen, los costos comerciales siguen siendo un elemento importante para determinar cuánto gana una empresa.

Este hallazgo refuerza que nuestra hipótesis es válida y demuestra que gestionar bien los costos no solo tiene un impacto directo, sino también significativo en la rentabilidad y sostenibilidad de las empresas.

Conclusión

En resumen, tanto la prueba de chi cuadrado como la correlación de Spearman nos dan evidencia sólida de que controlar bien los costos comerciales sí impacta

los resultados económicos de las empresas que venden equipos de cómputo en Puno durante el 2024.

El p-valor de 0.023 en la prueba de chi cuadrado y el coeficiente de correlación de Spearman de 0.588 son pruebas claras de que las empresas que manejan eficientemente sus costos comerciales tienen más posibilidades de obtener buenos resultados económicos. Este análisis deja claro lo importante que es tener una estrategia efectiva de control de costos, porque afecta directamente la rentabilidad y competitividad.

Recomendaciones

Con base en estos resultados, las empresas de Puno deberían adoptar un enfoque más estratégico para manejar sus costos comerciales. Esto incluye poner en marcha sistemas de control de costos más detallados, usar herramientas tecnológicas de gestión financiera y capacitar constantemente a su personal en temas clave como contabilidad de costos y análisis económico.

También deberían implementar prácticas para optimizar procesos y eliminar gastos innecesarios, con el fin de mejorar su eficiencia operativa y aumentar sus márgenes de ganancia. Mantener un seguimiento constante de los resultados económicos usando indicadores clave de rendimiento (KPIs) les permitirá evaluar el impacto de las decisiones relacionadas con los costos y ajustar las estrategias cuando sea necesario.

Hipótesis específica 1:

La descripción de los costos de inventario si repercute en los resultados económicos de las empresas de venta de equipos de cómputo en la ciudad de Puno, 2024.

La hipótesis específica de esta investigación plantea que la descripción de los costos de inventario sí repercute en los resultados económicos de las empresas de venta de equipos de cómputo en la ciudad de Puno, 2024.

Tabla 9*Costos de inventario y resultados económicos*

Costos de inventarios	Resultados económicos								Total	
	Nunca		A veces		Casi siempre		Siempre		f	%
	f	%	f	%	f	%	f	%		
Nunca	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%	1	3.23%	1	3.23%
A veces	1	3.23%	0	0.00%	0	0.00%	4	12.90%	5	16.13%
Casi siempre	0	0.00%	0	0.00%	2	6.45%	10	32.26%	12	38.71%
Siempre	1	3.23%	2	6.45%	1	3.23%	16	51.61%	18	64.52%
Total	2	6.45%	2	6.45%	3	9.68%	31	100.00%	36	122.58%
Prueba Chi cuadrado $X = 9.01$							$p = 0.003$			
Correlación de Spearman $= 0.607$							$p = 0.004$			

Nota: Elaboración propia

Para evaluar esta hipótesis, hicimos pruebas estadísticas como la de chi cuadrado y la correlación de Spearman para analizar cómo se relacionan los costos de inventario con los resultados económicos de las empresas.

Los resultados de la Tabla 9 muestran algo bastante claro sobre cómo se perciben los costos de inventario en relación con las ganancias. El 51.61% de los encuestados dijo que siempre los costos de inventario afectan sus resultados económicos, mientras que el 32.26% indicó que casi siempre tienen un impacto importante.

Estos números reflejan que una gran parte de las empresas considera que manejar bien los inventarios es clave para mejorar sus resultados. Solo el

12.90% mencionó que a veces los costos de inventario les afectan, y apenas un 3.23% dijo que nunca experimentan estos impactos.

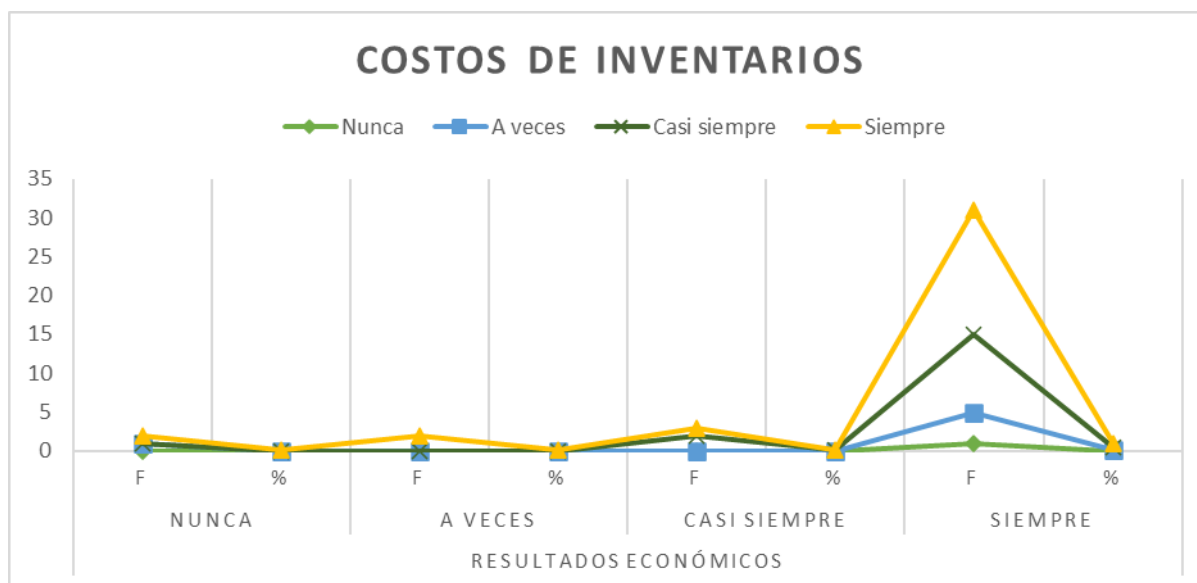
La prueba de chi cuadrado nos dio un p-valor de 0.003, menor que 0.05, lo que indica que sí existe una relación estadísticamente significativa entre los costos de inventario y los resultados económicos. Este hallazgo respalda nuestra hipótesis: la gestión de los costos de inventario sí repercute en las ganancias de las empresas.

Además, el coeficiente de correlación de Spearman salió en 0.607, con un p-valor de 0.004, mostrando una correlación positiva moderada y significativa. Esto sugiere que cuando las empresas manejan mejor sus costos de inventario, sus resultados económicos también mejoran proporcionalmente, lo que refuerza la importancia de una buena gestión de inventarios para la rentabilidad.

Conclusión

En resumen, tanto la prueba de chi cuadrado como la correlación de Spearman confirman fuertemente que la gestión de los costos de inventario sí impacta los resultados económicos de las empresas que venden equipos de cómputo en Puno durante el 2024. El p-valor de 0.003 muestra que la relación es significativa, lo que implica que controlar bien los costos de inventario tiene un impacto directo en cuánto gana una empresa.

Además, el coeficiente de Spearman (0.607) indica una correlación moderada, sugiriendo que mejorar la gestión de inventarios está asociado a mejores resultados económicos. Este análisis deja claro lo importante que es controlar los costos de inventario, porque si se manejan mal, pueden afectar negativamente la rentabilidad.

Figura 2*Costos de inventario y resultados económicos*

Nota: Elaboración propia

Recomendación

Con base en estos resultados, las empresas que venden equipos de cómputo en Puno deberían invertir en mejorar cómo manejan sus inventarios, ya que estos costos tienen un impacto importante en las ganancias. Implementar tecnologías avanzadas para controlar inventarios, como sistemas automatizados de gestión, les permitirá reducir gastos innecesarios y trabajar de forma más eficiente.

También es fundamental capacitar al personal encargado de los inventarios para que tomen mejores decisiones en este aspecto. Las empresas deberían considerar adoptar estrategias de optimización como el modelo just-in-time (justo a tiempo) para reducir costos de almacenamiento y evitar que los productos queden obsoletos.

Finalmente, es clave hacer un seguimiento constante de los costos de inventario usando indicadores de rendimiento (KPIs), lo que les ayudará a identificar áreas de mejora y optimizar continuamente la gestión de inventarios.



Hipótesis específica 2:

La verificación de los costos de distribución sí repercute en los resultados económicos de las empresas de venta de equipos de cómputo en la ciudad de Puno, 2024.

Esta segunda hipótesis plantea que verificar bien los costos de distribución impacta directamente en las ganancias de las empresas que venden equipos de cómputo en Puno durante el 2024.

Para analizar esto, hicimos pruebas estadísticas usando chi cuadrado y la correlación de Spearman para determinar cómo se relacionan los costos de distribución con los resultados económicos.

Interpretación

Los resultados de la Tabla 10 muestran que un alto porcentaje de los encuestados cree que los costos de distribución impactan directamente en los resultados económicos. El 48.39% indicó que siempre los costos de distribución afectan sus ganancias, y el 25.81% señaló que casi siempre experimentan este impacto.

Esto deja claro que los empresarios ven como muy importante verificar y gestionar bien los costos de distribución, porque influyen considerablemente en cuánto ganan.

Tabla 10

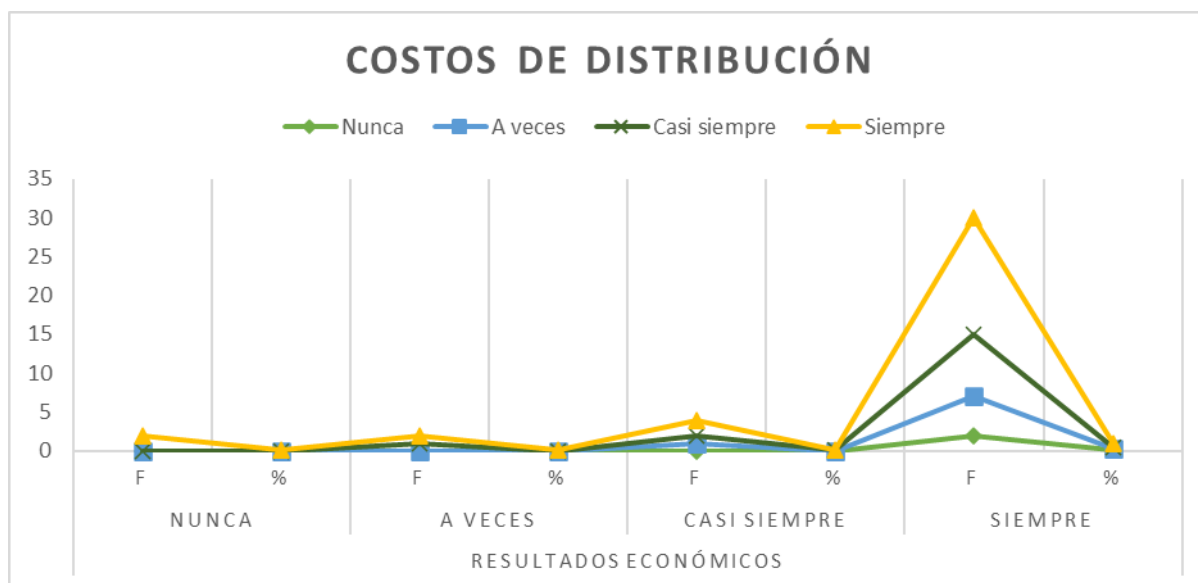
Costos de distribución y resultados económicos

Costos de distribución	Resultados económicos								Total	
	Nunca		A veces		Casi siempre		Siempre			
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
Nunca	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%	2	6.45%	2	6.45%
A veces	0	0.00%	0	0.00%	1	3.23%	5	16.13%	6	19.35%
Casi siempre	0	0.00%	1	3.23%	1	3.23%	8	25.81%	9	32.26%
Siempre	2	6.45%	1	3.23%	2	6.45%	15	48.39%	19	64.52%
Total	2	6.45%	2	6.45%	4	12.90%	30	96.77%	36	122.58%

Prueba Chi cuadrado $X = 8.52$ *$p = 0.012$* *Correlación de Spearman = 0.590* *$p = 0.001$* *Nota:* Elaboración propia

Un 16.13% de los encuestados mencionó que a veces los costos de distribución afectan los resultados económicos, lo que indica que, aunque no de manera constante, este factor sigue teniendo importancia en algunos casos. Finalmente, un pequeño porcentaje (6.45%) de las empresas indicó que nunca los costos de distribución tienen un impacto en sus resultados económicos.

La prueba de chi cuadrado arrojó un p-valor de 0.012, que es menor que el umbral de 0.05, lo que indica que existe una relación estadísticamente significativa entre los costos de distribución y los resultados económicos. Este resultado confirma que los costos de distribución sí tienen un impacto en los resultados financieros de las empresas, respaldando la hipótesis específica planteada.

Figura 3*Costos de distribución y resultados económicos**Nota:* Elaboración propia

Además, el coeficiente de correlación de Spearman fue de 0.590, con un p-valor de 0.001, lo que refleja una correlación moderada y positiva entre ambas variables. Esto significa que, a medida que las empresas gestionan de manera más eficiente sus costos de distribución, los resultados económicos tienden a mejorar de forma proporcional.

Conclusión

Los resultados obtenidos a partir de la prueba de chi cuadrado y la correlación de Spearman refuerzan fuertemente la hipótesis de que la verificación de los costos de distribución sí repercute en los resultados económicos de las empresas de venta de equipos de cómputo en Puno, 2024.

El p-valor de 0.012 de la prueba de chi cuadrado demuestra que la relación entre los costos de distribución y los resultados económicos es significativa.

Esto significa que la verificación adecuada y el control de los costos de distribución tienen un impacto directo y considerable en los resultados financieros de las empresas.

Por otro lado, el coeficiente de correlación de Spearman de 0.590 refleja una correlación moderada, lo que sugiere que cuando las empresas manejan de forma más eficiente sus costos de distribución, sus resultados económicos también mejoran proporcionalmente. Este hallazgo deja claro lo importante que es optimizar los costos relacionados con la distribución de productos, ya que esto impacta directamente en la rentabilidad y competitividad de las empresas.

Recomendaciones

Optimizar los costos de distribución: Las empresas deberían invertir en mejorar sus procesos de distribución. Implementar tecnologías de gestión de inventarios y logística, como software especializado y sistemas de gestión, les permitirá reducir costos y trabajar de manera más eficiente.

Capacitar en gestión de distribución: Es fundamental capacitar a los equipos encargados de la distribución para que puedan identificar áreas de mejora en la cadena de suministro y tomar mejores decisiones que impacten positivamente en los costos y tiempos de entrega. Esto incluiría formación sobre la optimización de rutas, reducción de tiempos de entrega y selección de proveedores más competitivos.

4.2. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Los hallazgos del presente trabajo investigativo han evidenciado el papel fundamental que desempeña la administración óptima de los gastos relacionados con actividades comerciales, manejo de existencias y logística de entrega en el desempeño financiero de las organizaciones comercializadoras de tecnología informática en Puno. Estas conclusiones muestran concordancia con trabajos académicos anteriores de distintos investigadores que han enfatizado la



trascendencia de un control apropiado de los gastos operativos en el rendimiento empresarial.

Inicialmente, el trabajo académico desarrollado por Chamorro & Bernardo (2016), denominado "Contabilidad administrativa: un enfoque gerencial de costos", enfatiza que la aplicación correcta de las técnicas de cuantificación de gastos resulta fundamental para la capacidad competitiva organizacional. Igual que en nuestro análisis, estos investigadores destacan que entender bien los costos y aplicarlos correctamente según las regulaciones ayuda a las empresas a tomar mejores decisiones financieras.

Nuestro estudio encontró que las empresas que manejan bien sus gastos comerciales y de inventario, tal como señalan estos autores, suelen obtener mejores resultados económicos. Esto confirma lo que ellos plantean: tener un sistema efectivo para controlar los gastos es clave para la rentabilidad y para poder competir mejor.

De la misma forma, la investigación de Salinas (2020) sobre "Los costos de producción y su efecto en la rentabilidad de la planta fibra de vidrio en CEPOLFI Industrial C.A." en Ambato, Ecuador, refuerza la idea de que controlar bien los costos de producción, usando un sistema adecuado de costeo por órdenes, es indispensable para medir con precisión cuánto gana realmente una empresa. En nuestro caso, vimos que manejar bien los costos de inventario y distribución tiene un impacto directo y considerable en los resultados económicos, lo que valida la importancia de controlar estos gastos.

Así como Salinas enfatiza que hay que determinar bien los costos para evaluar la rentabilidad, nuestra investigación resalta que gestionar adecuadamente los



gastos de inventario y distribución es fundamental para mejorar las ganancias en el sector de venta de equipos de cómputo en Puno.

Por otro lado, Callirgos (2018), en su trabajo sobre "Los estados de costos y la determinación del resultado económico y financiero de la empresa MD Leather Corp S.A.C.", expone que muchas empresas tienen problemas para determinar correctamente sus costos comerciales, lo que afecta la precisión de sus reportes contables. Callirgos identifica que una de las principales fallas en las empresas es no llevar un registro adecuado de los gastos relacionados con las etapas intermedias y finales del proceso de distribución, lo que genera errores al calcular los costos totales.

En nuestra investigación, determinar bien los costos de distribución se relacionó directamente con buenos resultados económicos, validando lo que plantea Callirgos. Al igual que él subraya la necesidad de registrar bien los gastos de distribución, nuestros hallazgos muestran que una gestión eficaz en este aspecto tiene un impacto considerable en la rentabilidad.

Finalmente, el trabajo de Andrade & Mogollón (2017), enfocado en implementar criterios contables para establecer buenas prácticas de contabilización de costos en empresas distribuidoras de GLP, resalta lo importante que es manejar bien los gastos para mejorar las operaciones económicas y financieras en pequeñas y medianas empresas. En línea con esto, nuestra investigación demostró que gestionar eficientemente los costos de inventario y distribución no solo es relevante para grandes empresas, sino también para las pymes que venden equipos de cómputo en Puno. Optimizar estos gastos es igual de crucial para las pymes, como señalan Andrade y Mogollón, para asegurar su viabilidad y rentabilidad a largo plazo.



En resumen, los hallazgos de esta investigación validan y amplían las conclusiones de estudios anteriores como los de Chamorro & Bernardo, Salinas, Callirgos, y Andrade & Mogollón, que destacan la importancia de controlar los costos comerciales, de inventario y distribución en la rentabilidad empresarial. Estos trabajos refuerzan la conclusión de que manejar bien los costos es un factor determinante para el éxito económico, especialmente en mercados competitivos como el de tecnología en Puno.

Las empresas que adoptan estrategias efectivas de control de gastos y optimización de recursos tienen más probabilidades de lograr buenos resultados económicos, fortaleciendo así su competitividad y sostenibilidad a largo plazo.

.



CONCLUSIONES

Para concluir, tanto la prueba de chi cuadrado como la correlación de Spearman nos dan evidencia sólida de que controlar bien los costos comerciales tiene un impacto importante en los resultados económicos de las empresas que venden equipos de cómputo en Puno durante el 2024. El p-valor de 0.023 en la prueba de chi cuadrado y el coeficiente de correlación de Spearman de 0.588 muestran claramente que las empresas que manejan eficientemente sus costos comerciales tienen más probabilidades de obtener buenos resultados económicos. Este estudio deja claro lo importante que es tener una estrategia efectiva de control de costos, ya que impacta directamente en la rentabilidad y competitividad.

En cuanto a los costos de inventario, los resultados de la prueba de chi cuadrado y la correlación de Spearman confirman de manera significativa que gestionar bien estos costos sí afecta los resultados económicos de las empresas de venta de equipos de cómputo en Puno, 2024. El p-valor de 0.003 en la prueba de chi cuadrado demuestra que existe una relación fuerte entre los costos de inventario y las ganancias. Esto significa que manejar bien los costos de inventario influye directamente en cuánto gana una empresa. Además, el coeficiente de Spearman de 0.607 indica una correlación moderada, lo que nos dice que mejorar la gestión de inventarios está relacionado con mejores resultados económicos. Este análisis resalta la importancia de controlar los costos de inventario, porque si se manejan mal, pueden afectar negativamente la rentabilidad.

Respecto a los costos de distribución, los hallazgos de la prueba de chi cuadrado y la correlación de Spearman refuerzan significativamente que verificar y gestionar bien estos costos sí impacta los resultados económicos de las



empresas que venden equipos de cómputo en Puno, 2024. El p-valor de 0.012 en la prueba de chi cuadrado muestra una relación significativa entre los costos de distribución y los resultados económicos. Esto implica que verificar correctamente y gestionar bien los costos de distribución tiene un impacto directo e importante en las ganancias. Además, el coeficiente de correlación de Spearman de 0.590, que refleja una correlación moderada, indica que cuando las empresas manejan mejor sus costos de distribución, sus resultados económicos también mejoran proporcionalmente. Este hallazgo enfatiza lo importante que es optimizar los costos relacionados con la distribución de productos, ya que esto afecta directamente la rentabilidad y competitividad.



RECOMENDACIONES

Se recomienda que las empresas que venden equipos de cómputo en Puno implementen estrategias más efectivas para manejar sus costos comerciales y de distribución. La investigación demostró que administrar bien estos costos impacta directamente en las ganancias. Las empresas deberían invertir en sistemas automatizados y herramientas tecnológicas que les permitan controlar sus costos de forma más precisa y eficiente, evitando gastos innecesarios y mejorando cómo operan. Además, es fundamental establecer políticas claras de control de inventarios y distribución para reducir los costos en estas áreas y mejorar la rentabilidad.

También es clave que las empresas inviertan en capacitar constantemente a su personal, especialmente en áreas como contabilidad, gestión financiera y administración de inventarios. Tomar buenas decisiones en el manejo de costos es fundamental para obtener buenos resultados económicos, y esto solo se logra si los empleados conocen bien las mejores prácticas y herramientas disponibles. La capacitación regular les permitirá identificar áreas de mejora, optimizar procesos y tomar decisiones informadas que contribuyan a una gestión eficiente de los costos.

Se recomienda a las empresas implementar un sistema de monitoreo constante que permita analizar los costos de manera regular y comparar estos datos con los resultados económicos. Utilizar indicadores clave de rendimiento (KPIs) para evaluar la efectividad de las estrategias de control de costos ayudará a las empresas a identificar rápidamente áreas problemáticas y tomar medidas correctivas a tiempo. Este enfoque permitirá a las empresas mantenerse competitivas, adaptarse a cambios en el mercado y asegurar su rentabilidad a largo plazo.



REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Andrade, P., & Mogollón, C. (2017). Universidad Tecnológica del Perú. Obtenido de Los costos comerciales para la determinación del margen de contribución de la empresa comercializadora de GLP Contradis S.A.C. 2015.
- Callirgos, V. Z. (2018). Repositorio UPN. Obtenido de Universidad Privada del Norte.
- Chamorro, D., & Bernardo, L. (2016). Contabilidad administrativa: un enfoque gerencial de costos. Obtenido de Universidad ICESI.
- Jiménez, F. (2017). Costos para la toma de Decisiones. Obtenido de Obra de costos.
- Hernández, R., Fernández, C. & Baptista, L. (2014) Metodología de la Investigación sexta edición. D.F. México. México. Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana.
- Salinas, G. V. (2020). Los costos de producción y su efecto en la rentabilidad de la planta de fibra vidrio de cepolfi industrial c.a. de la ciudad de ambato. Obtenido de Repositorio Universidad Técnica de Ambato.
- Buitrago, S., & Guerrero, G, R. (2021) Evasión y Elusión del Impuesto de Renta en Colombia. Tesis de pregrado, Corporación Universitaria Adventista.
- Cieza, R. (2021) Significancia de los comprobantes de pago y la disminución de la evasión tributaria en las empresas de ventas de productos tecnológicos en el distrito de Campo Verde – Ucayali, 2021. Tesis de pregrado, Universidad Privada de Pucallpa.
- Figueredo, L. H., & Ramírez, Q. S. (2021) Comprobantes de Pago Electrónico y Control Tributario en las Empresas de Materiales de Construcción. Distrito El Tambo – Huancayo, 2019. Tesis de pregrado, Universidad Peruana Los Andes.
- Hernández, R., Fernández, C. & Baptista, L. (2014) Metodología de la Investigación sexta edición. D.F. México. México. Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana.
- Lex Soluciones (2017) Comprobantes de pago. Lex Soluciones.



López M. B., & Brandon L. F. (2021) La evasión fiscal a través de paraísos fiscales en Sudamérica. Una visión retrospectiva a 10 años. Trabajo de pregrado, Universidad Técnica de Ambato.

Santillán R., & Barbaran P. (2021) La figura de la evasión tributaria y sus implicancias en el desarrollo socioeconómico del estado. Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar.



ANEXOS



Anexo 1

Matriz de consistencia “Costos comerciales y los resultados económicos de las empresas de venta de equipos de cómputo en la ciudad de Puno, 2024”

Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables	Metodología
Problema general: ¿La determinación de los costos comerciales repercute en los resultados económicos de las empresas de venta de equipos de cómputo en la ciudad de Puno, 2024? Problemas específicos: ¿La descripción de los costos de inventario repercute en los resultados económicos de las empresas de venta de equipos de cómputo en la ciudad de Puno, 2024? ¿La verificación de los costos de distribución repercute en los resultados económicos de las empresas de venta de equipos de cómputo en la ciudad de Puno, 2024?	Objetivo general: Determinar los costos comerciales que repercute en los resultados económicos de las empresas de venta de equipos de cómputo en la ciudad de Puno, 2024. Objetivos específicos: Describir los costos de inventario que repercute en los resultados económicos de las empresas de venta de equipos de cómputo en la ciudad de Puno, 2024. Verificar los costos de distribución que repercute en los resultados económicos de las empresas de venta de equipos de cómputo en la ciudad de Puno, 2024.	Hipótesis general: La determinación de los costos comerciales si repercute en los resultados económicos de las empresas de venta de equipos de cómputo en la ciudad de Puno, 2024. Hipótesis específicas: La descripción de los costos de inventario si repercute en los resultados económicos de las empresas de venta de equipos de cómputo en la ciudad de Puno, 2024. La verificación de los costos de distribución si repercute en los resultados económicos de las empresas de venta de equipos de cómputo en la ciudad de Puno, 2024.	Variable dependiente COSTOS COMERCIALES Variable independiente RESULTADOS ECONÓMICOS	Diseño ✓ No experimental ✓ Cuantitativo Tipo ✓ Aplicada Nivel ✓ Descriptivo ✓ Correlacional Métodos ✓ Deductivo Población ✓ empresas de equipos de computo Muestra ✓ N = 36 Técnica ✓ Encuesta Instrumento ✓ Cuestionario Contraste de la Hipótesis ✓ Chi cuadrado

Nota: Elaboración Propia.



ENCUESTA

lea bien y marque la respuesta que para ud, sea la correcta

1. ¿Con qué frecuencia considera que los costos de producción afectan la rentabilidad de su empresa?

Siempre () Casi siempre () A veces () Nunca ()

2. ¿Con qué frecuencia experimenta aumentos en los costos de los componentes electrónicos?

Siempre () Casi siempre () A veces () Nunca ()

3. ¿Con qué frecuencia considera que la competencia en el mercado local afecta sus precios?

Siempre () Casi siempre () A veces () Nunca ()

4. ¿Con qué frecuencia utiliza estrategias de reducción de costos para mejorar su competitividad?

Siempre () Casi siempre () A veces () Nunca ()

5. ¿Con qué frecuencia considera que la falta de infraestructura afecta sus costos de producción?

Siempre () Casi siempre () A veces () Nunca ()

6. ¿Con qué frecuencia considera que la rentabilidad de su empresa es alta?

Siempre () Casi siempre () A veces () Nunca ()

7. ¿Con qué frecuencia experimenta aumentos en las ventas?

Siempre () Casi siempre () A veces () Nunca ()

8. ¿Con qué frecuencia considera que la satisfacción del cliente afecta sus resultados económicos?



Siempre () Casi siempre () A veces () Nunca ()

9. ¿Con qué frecuencia utiliza indicadores financieros para evaluar el desempeño de su empresa?

Siempre () Casi siempre () A veces () Nunca ()

10. ¿Con qué frecuencia considera que la innovación afecta sus resultados económicos?

Siempre () Casi siempre () A veces () Nunca ()

11. ¿Con qué frecuencia considera que la reducción de costos afecta positivamente sus resultados económicos?

Siempre () Casi siempre () A veces () Nunca ()

12. ¿Con qué frecuencia experimenta mejoras en la rentabilidad después de implementar estrategias de reducción de costos?

Siempre () Casi siempre () A veces () Nunca ()

13. ¿Con qué frecuencia considera que la gestión eficiente de los costos es clave para el éxito económico?

Siempre () Casi siempre () A veces () Nunca ()

14. ¿Con qué frecuencia utiliza análisis de costos para tomar decisiones financieras?

Siempre () Casi siempre () A veces () Nunca ()

15. ¿Con qué frecuencia considera que los cambios en la economía global afectan sus costos comerciales?

Siempre () Casi siempre () A veces () Nunca ()

16. ¿Con qué frecuencia experimenta impactos negativos en sus resultados económicos debido a cambios en la política gubernamental?



Siempre () Casi siempre () A veces () Nunca ()

17. ¿Con qué frecuencia considera que la competencia de empresas extranjeras afecta sus resultados económicos?

Siempre () Casi siempre () A veces () Nunca ()

18. ¿Con qué frecuencia utiliza estrategias para mitigar el impacto de factores externos en sus resultados económicos?

Siempre () Casi siempre () A veces () Nunca ()



Sujetos	Variables																	
	COSTOS COMERCIALES								RESULTADO ECONÓMICO									
	Costos de inventario				Constos de distribución				Resultado del ejercicio					Rentabilidad				
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18
1	3	3	2	1	3	1	4	2	1	3	2	2	1	3	2	3	1	4
2	2	1	3	4	2	2	4	1	3	4	3	2	4	4	2	1	4	1
3	4	3	1	4	2	2	1	2	1	4	3	1	2	1	4	2	2	4
4	3	2	3	3	1	4	1	3	3	2	1	3	1	4	2	2	3	3
5	3	2	3	2	4	4	1	1	2	3	1	2	4	1	2	3	4	2
6	4	4	1	4	3	2	1	4	1	2	3	3	3	2	3	1	3	2
7	2	1	1	1	1	3	3	3	1	1	2	2	3	1	1	2	2	2
8	4	3	3	2	2	2	2	2	1	4	3	2	3	2	1	2	2	1
9	1	1	2	2	3	1	2	2	3	2	3	2	4	2	3	1	2	2
10	2	1	1	1	3	1	4	1	4	1	4	1	4	3	3	4	4	2
11	3	1	1	2	3	3	4	2	4	1	1	4	2	4	2	2	3	1
12	1	1	4	4	4	4	2	2	2	2	3	1	1	4	3	1	3	
13	1	4	2	4	1	3	1	2	4	2	4	4	2	4	4	4	1	2
14	3	3	2	1	2	1	4	4	2	4	3	1	2	1	3	4	1	3
15	2	1	3	2	1	1	2	3	1	1	1	2	2	4	2	1	4	1
16	4	1	3	3	3	3	3	4	4	3	1	4	3	3	3	4	4	4
17	3	3	4	1	2	3	3	4	4	1	1	2	4	1	3	4	3	2
18	1	4	3	1	2	2	4	3	2	1	3	3	1	1	1	3	2	1
19	3	2	4	4	3	2	4	3	3	1	4	3	3	4	1	1	3	2
20	4	1	3	2	1	4	4	3	3	1	4	2	1	3	2	2	3	1
21	1	4	3	2	2	1	3	1	2	4	4	1	2	3	3	2	3	4
22	3	4	3	2	4	1	4	2	2	1	2	3	1	3	4	1	3	1
23	3	3	4	3	4	3	1	4	2	3	4	1	4	4	4	1	3	4
24	2	4	4	3	2	2	3	3	1	2	1	3	3	2	2	1	3	2
25	3	4	1	1	1	3	2	4	4	2	3	1	3	1	1	4	1	4
26	3	4	4	4	3	4	4	4	1	4	4	3	1	1	3	4	4	4
27	2	3	3	3	3	4	4	2	2	2	4	2	2	2	3	2	2	4
28	3	4	4	1	4	2	1	4	1	3	2	2	2	1	2	1	2	3
29	4	2	3	4	1	4	4	2	1	1	4	3	2	4	3	4	3	3
30	1	3	1	2	3	4	1	1	1	1	4	1	3	1	3	1	1	1
31	4	4	2	3	2	2	1	1	4	2	4	3	2	4	2	4	1	3
32	1	2	3	4	3	1	4	3	2	4	2	3	2	4	4	1	3	4
33	4	4	1	3	2	1	1	3	1	1	4	1	2	4	2	4	2	3
34	2	3	4	2	2	2	4	2	2	3	3	2	1	2	4	2	4	3
35	2	2	3	4	2	1	4	3	1	4	4	2	1	1	2	2	4	3
36	2	2	4	2	1	2	4	4	1	4	2	3	3	2	3	1	3	3



Validación de instrumento

Opinión de experto

I. DATOS DEL EXPERTO

1. Apellidos y Nombres: DR. GEORREGAL CADERON, LUIS ARNALDO
2. Cargo e institución donde labora: UNAJ
3. Nombre del instrumento motivo de evaluación: ENCUESTA
4. Autor del instrumento: Luz Mayda Palacios Quispe

II. PUNTOS DE VALIDACIÓN

DIMENSIONES	INDICADORES	Deficiente	Regular	Buena	Muy buena	Excelente
		0 - 20%	21 - 40%	41 - 60%	61 - 80%	81 - 100%
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado				X	
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en base a la realidad local					X
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia				X	
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica				X	
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad				Y	
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para la mejora de las unidades de estudio				X	
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teóricos-científicos				X	
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones					X
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico				X	

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD: FAVORABLE

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN: 90 %

Lugar y fecha: 20, 07, 2025

[Firma]

Firma del experto

DNI N° 2950632 Cel.: 984063704



Validación de instrumento

Opinión de experto

I. DATOS DEL EXPERTO

1. Apellidos y Nombres: Huacari Sucasaca Yedy
2. Cargo e institución donde labora: Docente UANCV
3. Nombre del instrumento motivo de evaluación: Encuesta
4. Autor del instrumento: Ivz Mayda Palacios Quispe

II. PUNTOS DE VALIDACIÓN

DIMENSIONES	INDICADORES	Deficiente	Regular	Buena	Muy buena	Excelente
		0 - 20%	21 - 40%	41 - 60%	61 - 80%	81 - 100%
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado					X
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en base a la realidad local					X
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia					X
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica					X
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad					X
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para la mejora de las unidades de estudio					X
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teóricos-científicos					X
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones					X
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico					X

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD: Favorable

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN: 96 %

Lugar y fecha: Luzen 02/06/2025

[Firma]
Firma del experto
DNI N°: 40673820 Cel.: 989 574722



ANEXO 1 FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN

AUTORIZACIÓN PARA LA INCORPORACIÓN DE LOS TRABAJOS DE INVESTIGACIÓN EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL UANCV

Formato digital ☒

Fecha de entrega: 21 - 01 - 2026

1. Datos del autor (es):

Nombres y Apellidos: LUZ MAYDA PALACIOS QUISPE

Dirección: JR. WILLIAMS ARIAS ROBLES 108

DNI/Carné de Extranjería/Pasaporte N°: 74076844

Teléfono: 989425347

email: luzp67015@gmail.com

Nombres y Apellidos: _____

Dirección: _____

DNI/Carné de Extranjería/Pasaporte N°: _____

Teléfono: _____

email: _____

Facultad y/o Escuela de Posgrado: CIENCIAS CONTABLES Y FINANCIERAS

Escuela Profesional o Mención: CONTABILIDAD

Título o Grado Académico a optar: CONTADOR PÚBLICO

Asesor: Dra. YUDY HUACANI SUCASACA

Esta obra se encuentra dentro de las siguientes denominaciones:

Trabajo de Investigación ☐

Tesis ☒

Trabajo de Suficiencia Profesional ☐

Trabajo Académico ☐

Título: COSTOS COMERCIALES Y LOS RESULTADOS ECONÓMICOS DE LAS EMPRESAS DE
VENTA DE EQUIPOS DE CÓMPUTO EN LA CIUDAD DE PUNO, 2024

Palabras claves, (3 a 5 términos): Costos comerciales, costos de inventario, costos de distribución.

¿Esta obra se desarrolló en la UANCV ^{1, 2}?

1

¹ Indicar si su producción intelectual ha empleado recursos tales como, instalaciones, laboratorios, insumos, equipos, bases de datos, asesoría técnica por parte del personal de la UANCV, financiamiento, entre otros relacionados.

² Si su producción intelectual se desarrolló en la UANCV totalmente o parcialmente, deberá autorizar el depósito en el Repositorio de manera obligatoria.



2. Referencia de tesis:

☐ Bachiller ☒ Titulo ☐ 2da Especialidad ☐ Maestría ☐ Doctorado

3. Licencias:

a) Licencia estándar:

Bajo los siguientes términos, autorizo el depósito de mi tesis en el Repositorio Digital de la UANCV.

Con la autorización de depósito de mi producción intelectual, otorgo a la Universidad Andina "Néstor Cáceres Velásquez" una licencia no exclusiva para reproducir, distribuir, comunicar al público, transformar (únicamente mediante su traducción a otros idiomas) y poner a disposición del público mi producción intelectual (incluido el resumen), en formato físico o digital, en cualquier medio, conocido o por conocerse, a través de los diversos servicios por la Universidad, creados o por crearse, tales como el Repositorio Digital de tesis UANCV, colección de producción intelectual, entre otros, en el Perú y en el extranjero por el tiempo y veces que considere necesarias, y libres de remuneraciones.

En virtud de dicha licencia, la Universidad Andina "Néstor Cáceres Velásquez" podrá reproducir mi producción intelectual en cualquier tipo de soporte y en más de un ejemplar, sin modificar su contenido, solo con propósitos de seguridad, respaldo y preservación.

Declaro que la producción intelectual es una creación de mi autoría y exclusiva titularidad, coautoría con titularidad compartida, y me encuentro facultado a conceder la presente licencia y, asimismo, garantizo que dicha producción intelectual no infringe derechos de autor de terceras personas.

La Universidad Andina "Néstor Cáceres Velásquez" consignará el nombre del y/o los autor(es) de la producción intelectual, y no le hará ninguna modificación más que la permitida en la licencia.

Autorizo su publicación (marque con una X)

- ☒ Sí, autorizo que se deposite inmediatamente.
- ☐ Sí, autorizo que se deposite a partir de la fecha (d/m/a): _____
- ☐ No autorizo.

b) Licencia CREATIVE COMMONS 4.0 INTERNACIONAL:

Si usted concede una licencia CREATIVE COMMONS sobre su producción intelectual, mantiene la titularidad de los derechos de autor de esta y, a la vez, permite que otras personas puedan reproducirla, comunicarla al público y distribuir ejemplares de esta, bajo las condiciones siguientes:

¿Quiere permitir usos comerciales de su producción intelectual?

Sí: significa que usted permite la reproducción, distribución y comunicación pública de la producción intelectual incluso con fines comerciales.

No: significa que usted permite la reproducción, y comunicación pública de la producción intelectual, pero sin fines comerciales.

- ☐ Sí autorizo
- ☒ No autorizo



Jurisdicción de su Licencia

Todas las licencias CREATIVE COMMONS son de ámbito mundial, sin embargo, usted puede elegir entre la opción "internacional" o una adaptada a su jurisdicción, como para el caso peruano.

La opción "internacional" emplea el lenguaje y la terminología de los tratados internacionales; en cambio, la adaptada a su jurisdicción, recoge las particularidades de la legislación peruana.

En consecuencia, la opción "internacional" goza de una mayor eficacia a nivel mundial, gracias a que tiene jurisdicción neutral. Mientras que la opción adaptada a la jurisdicción del Perú goza de una mayor eficacia ante los tribunales peruanos.

☐ Internacional

☒ Nacional

Línea de investigación: ECONOMÍA SECTORIAL – P15

Firma de Autor



huella digital

21 - 01 - 2026

Fecha