

**UNIVERSIDAD DE HUÁNUCO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**  
**PROGRAMA ACADÉMICO DE CONTABILIDAD Y FINANZAS**



**TESIS**

---

**“Costos de adquisición de mercaderías y la determinación del precio de venta en la asociación copropietarios de la galería huallayco, Huánuco 2023”**

---

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE CONTADOR PÚBLICO

AUTOR: Conde Falcón, Edwin

ASESOR: Piundo Flores, Lister

HUÁNUCO – PERÚ

2023

# U

**TIPO DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN:**

- Tesis ( X )
- Trabajo de Suficiencia Profesional( )
- Trabajo de Investigación ( )
- Trabajo Académico ( )

**LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN:** Gestión de la teoría contable

**AÑO DE LA LÍNEA DE INVESTIGACIÓN** (2020)

**CAMPO DE CONOCIMIENTO OCDE:**

**Área:** Ciencias sociales

**Sub área:** Economía, negocios

**Disciplina:** Negocios, administración

**DATOS DEL PROGRAMA:**

Nombre del Grado/Título a recibir: Título

Profesional de Contador Público

Código del Programa: P12

Tipo de Financiamiento:

- Propio ( X )
- UDH ( )
- Fondos Concursables ( )

**DATOS DEL AUTOR:**

Documento Nacional de Identidad (DNI): 71060025

**DATOS DEL ASESOR:**

Documento Nacional de Identidad (DNI): 45383241

Grado/Título: Maestro en ciencias administrativas con mención en gestión pública

Código ORCID: 0000-0003-1232-585X

**DATOS DE LOS JURADOS:**

Nº	APELLIDOS Y NOMBRES	GRADO	DNI	Código ORCID
1	Peña Celis, Roberto	Maestro en ciencias contables, con mención en: auditoría y tributación	22477364	0000-0002-7972-4903
2	Repetto García, Tonio Lucho	Maestro en ciencias contables, con mención en: auditoría y tributación	22489147	0000-0001-7974-2143
3	Montesinos Arrieta, Isidro	Maestro en gerencia pública	43358036	0009-0001-1168-7843

# D

# H

**UNIVERSIDAD DE HUÁNUCO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**  
**PROGRAMA ACADÉMICO DE CONTABILIDAD Y FINANZAS.**

**ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS**

En la ciudad de Huánuco, siendo las **10:00 horas del día 19 del mes de diciembre del año 2023** en el cumplimiento de lo señalado en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad de Huánuco, se reunieron el sustentante y el Jurado Calificador, integrado por los docentes:

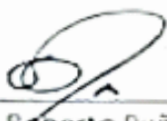
Mtro. Roberto Peña Celis	<b>(Presidente)</b>
Mtro. Tonio Lucho Repetto García	<b>(Secretario)</b>
Mtro. Isidro Montesinos Arrieta	<b>(Vocal)</b>

Nombrados mediante la Resolución N° 2173-2023-D-FCOMP-PACF-UDH, para evaluar la Tesis intitulada: "**COSTOS DE ADQUISICIÓN DE MERCADERÍAS Y LA DETERMINACIÓN DEL PRECIO DE VENTA EN LA ASOCIACIÓN COPROPIETARIOS DE LA GALERÍA HUALLAYCO, HUÁNUCO 2023**", presentado por el Bachiller, **CONDE FALCÓN, Edwin**, para optar el título **Profesional de Contador Público**.

Dicho acto de sustentación se desarrolló en dos etapas: exposición y absolución de preguntas; procediéndose luego a la evaluación por parte de los miembros del Jurado

Habiendo absuelto las objeciones que le fueron formuladas por los miembros del Jurado y de conformidad con las respectivas disposiciones reglamentarias, procedieron a deliberar y calificar, declarándolo Aprobado con el calificativo cuantitativo de 13 (Trece) y cualitativo de Suficiente (An 47 - Reglamento General de Grados y Títulos).

Siendo las **11:00 horas del día 19 del mes de diciembre del año 2023**, los miembros del Jurado Calificador firman la presente Acta en señal de conformidad.



Mtro. Roberto Peña Celis

N° DNI 22477364

Código ORCID: 0000-0002-7972-4903

**PRESIDENTE**

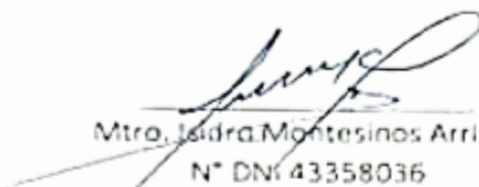


Mtro. Tonio Lucho Repetto García

N° DNI 22489147

Código ORCID: 0000-0001-7974-2143

**SECRETARIO**



Mtro. Isidro Montesinos Arrieta

N° DNI 43358036

Código ORCID: 0009-0001-1168-7843

**VOCAL**



## " COSTOS DE ADQUISICION DE MERCADERIAS Y LA DETERMINACION DEL PRECIO DE VENTA EN LA ASOCIACION COPROPIETARIOS DE LA GALERIA HUALLAYCO, HUANUCO 2023"

### INFORME DE ORIGINALIDAD

<b>19%</b>	<b>19%</b>	<b>3%</b>	<b>8%</b>
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

### FUENTES PRIMARIAS

<b>1</b>	<b>repositorio.udh.edu.pe</b> Fuente de Internet	<b>7%</b>
<b>2</b>	<b>distancia.udh.edu.pe</b> Fuente de Internet	<b>2%</b>
<b>3</b>	<b>hdl.handle.net</b> Fuente de Internet	<b>1%</b>
<b>4</b>	<b>repositorio.ucv.edu.pe</b> Fuente de Internet	<b>1%</b>
<b>5</b>	<b>repositorio.ulasamericas.edu.pe</b> Fuente de Internet	<b>1%</b>
<b>6</b>	<b>repositorio.uta.edu.ec</b> Fuente de Internet	<b>1%</b>
<b>7</b>	<b>Submitted to Universidad de Huanuco</b> Trabajo del estudiante	<b>1%</b>
<b>8</b>	<b>repositorio.uss.edu.pe</b> Fuente de Internet	<b>&lt;1%</b>



**Piundo Flores Lister**  
DNI N° 45383241  
Código Orcid N° 0000-0003-1232-585X

## **DEDICATORIA**

Dedicada a mi familia; en especial a mi papá y mamá por su gran apoyo incondicional, que día a día estuvieron conmigo; el apoyo económico fue indispensables para costear con los estudios y con este trabajo de investigación.

Dedico a mis hermanos, gracias a su apoyo y por los momentos lindos que compartimos.

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco al divino creador Dios Altísimo por su amor y oportunidad.

Agradecer al Dr. Lister Piundo Flores, que gracias a su asesoramiento he podido elaborar la presente investigación; sus conocimiento y apoyo fueron esceal para efectuar las actividades y desarrollo de la tesis. Gracias Doctor

Agradezco a la Universidad de Huánuco, a la plana de docentes del Programa Académico de Contabilidad y Finanzas que cada momento que se requería su apoyo estuvieron siempre prestos para dar sus conocimientos.

Asimismo, quiero agradecer a los microempresarios de la Asociación Copropietarios de la Galería Huallayco, Huánuco, por su tiempo y cooperación al momento del rellenado de las fichas de preguntas.

# ÍNDICE

DEDICATORIA.....	II
AGRADECIMIENTO.....	III
ÍNDICE.....	IV
ÍNDICE DE TABLAS.....	VII
ÍNDICE DE FIGURAS.....	IX
RESUMEN.....	X
ABSTRACT.....	XI
INTRODUCCIÓN.....	XII
CAPÍTULO I.....	13
PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	13
1.1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA.....	13
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	15
1.2.1. PROBLEMA GENERAL.....	15
1.2.2. PROBLEMAS ESPECÍFICOS.....	15
1.3. OBJETIVOS.....	15
1.3.1. OBJETIVO GENERAL.....	15
1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	15
1.4. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	16
1.4.1. JUSTIFICACIÓN TEÓRICA.....	16
1.4.2. JUSTIFICACIÓN PRÁCTICA.....	16
1.4.3. JUSTIFICACIÓN METODOLÓGICA.....	16
1.5. LIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN.....	17
1.6. VIABILIDAD DE LA INVESTIGACIÓN.....	17
CAPÍTULO II.....	18
MARCO TEÓRICO.....	18
2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN.....	18
2.1.1. ANTECEDENTES INTERNACIONALES.....	18
2.1.2. ANTECEDENTES NACIONALES.....	20
2.1.3. ANTECEDENTES LOCALES.....	23
2.2. BASES TEÓRICAS.....	25
2.2.1. COSTO DE ADQUISICIÓN.....	25
2.2.2. PRECIO DE VENTA.....	30



2.3.	DEFINICIONES CONCEPTUALES .....	35
2.4.	HIPÓTESIS.....	37
2.4.1.	HIPÓTESIS GENERAL .....	37
2.4.2.	HIPÓTESIS ESPECÍFICAS .....	37
2.5.	VARIABLES .....	37
2.5.1.	VARIABLE 1.....	37
2.5.2.	VARIABLE 2.....	38
2.6.	OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES.....	39
CAPÍTULO III .....		41
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....		41
3.1.	TIPO DE INVESTIGACIÓN .....	41
3.1.1.	ENFOQUE .....	41
3.1.2.	ALCANCE O NIVEL .....	41
3.1.3.	DISEÑO .....	42
3.2.	POBLACIÓN Y MUESTRA .....	43
3.2.1.	POBLACIÓN .....	43
3.2.2.	MUESTRA.....	45
3.3.	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS .....	46
3.3.1.	TÉCNICA .....	46
3.3.2.	INSTRUMENTO.....	47
3.4.	TÉCNICAS PARA EL PROCEDIMIENTO Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN .....	47
CAPÍTULO IV .....		48
RESULTADOS.....		48
4.1.	PROCESAMIENTO DE DATOS .....	48
4.1.1.	COSTO DE ADQUISICIÓN.....	48
4.1.2.	DETERMINACIÓN DE PRECIO DE VENTA.....	54
4.2.	CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS.....	60
4.2.1.	PRUEBA Y ANÁLISIS DE NORMALIDAD .....	60
4.2.2.	CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS GENERAL .....	61
4.2.3.	CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS ESPECÍFICOS .....	62
CAPÍTULO V.....		66
DISCUSIÓN DE RESULTADOS .....		66

5.1. DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....	66
CONCLUSIONES.....	71
RECOMENDACIONES .....	73
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	74
ANEXOS .....	79

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Población de estudio .....	43
Tabla 2 Muestra de estudio.....	45
Tabla 3 ¿Utiliza registro de anotaciones para las existencias (mercaderías) compradas? .....	48
Tabla 4 ¿Se registra las mercaderías de manera separada según el tipo de artículos?.....	49
Tabla 5 ¿El transporte o flete par el traslado de las mercaderías es considerado como costo de la adquisición de mercaderías? .....	50
Tabla 6 ¿Los envases y embalajes de sus mercaderías son considerados como parte del costo de sus mercaderías? .....	51
Tabla 7 ¿Los descuentos que recibe de sus proveedores son considerados para disminuir el costo de sus mercaderías? .....	52
Tabla 8 ¿Las rebajas que recibe por sus proveedores son considerados para disminuir el valor de sus mercaderías?.....	53
Tabla 9 ¿Utiliza su negocio la tarjeta de control físico de mercaderías (Kardex) .....	54
Tabla 10 ¿Ejecuta algún método de entrada y salida de sus mercaderías (PEPS o PROMEDIO)?.....	55
Tabla 11 ¿Cuenta con método de cálculo para determinar su margen de ganancia bruta? ¿Cuál es el porcentaje que aplica? .....	56
Tabla 12 ¿Conoce como obtener el margen de ganancia neta de sus ventas? .....	57
Tabla 13 ¿Efectúa registros de cuentas de sus ventas diarias para determinar la venta neta?.....	58
Tabla 14 ¿Efectúa acciones de control de sus mercaderías almacenado con el fin de calcular el precio unitario de las mercaderías? .....	59
Tabla 15 Prueba de normalidad .....	60
Tabla 16 Nivel de correlación según Pearson.....	61
Tabla 17 Nivel de relación entre costos de adquisición y determinación del precio de venta .....	62
Tabla 18 Nivel de relación entre precio de compra de mercaderías y determinación del precio de venta .....	63

Tabla 19 Nivel de relación entre costo vinculado a las compras de mercaderías y determinación del precio de venta.....	64
Tabla 20 Nivel de relación entre descuento de las compras de mercaderías y determinación del precio de venta .....	65

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 ¿Utiliza registro de anotaciones para las existencias (mercaderías) compradas? .....	48
Figura 2 ¿Se registra las mercaderías de manera separada según el tipo de artículos? .....	49
Figura 3 ¿El transporte o flete par el traslado de las mercaderías es considerado como costo de la adquisición de mercaderías?.....	50
Figura 4 ¿Los envases y embalajes de sus mercaderías son considerados como parte del costo de sus mercaderías? .....	51
Figura 5 ¿Los descuentos que recibe de sus proveedores son considerados para disminuir el costo de sus mercaderías?.....	52
Figura 6 ¿Las rebajas que recibe por sus proveedores son considerados para disminuir el valor de sus mercaderías? .....	53
Figura 7 ¿Utiliza su negocio la tarjeta de control físico de mercaderías (Kardex) .....	54
Figura 8 ¿Ejecuta algún método de entrada y salida de sus mercaderías (PEPS o PROMEDIO)? .....	55
Figura 9 ¿Cuenta con método de cálculo para determinar su margen de ganancia bruta? ¿Cuál es el porcentaje que aplica? .....	56
Figura 10 ¿Conoce como obtener el margen de ganancia neta de sus ventas? .....	57
Figura 11 ¿Efectúa registros de cuentas de sus ventas diarias para determinar la venta neta? .....	58
Figura 12 ¿Efectúa acciones de control de sus mercaderías almacenado con el fin de calcular el precio unitario de las mercaderías? .....	59

## RESUMEN

La investigación titulada Costos de adquisición de mercaderías y la determinación del precio de venta en la Asociación Copropietarios de la Galería Huallayco, Huánuco 2023, tuvo como objetivo analizar la importancia del costo de adquisición de mercaderías para determinar el precio de venta. La metodología utilizada para la investigación fue de tipo aplicada, cuantitativa, correlaciona, descriptivo y no experimental; ejecutándose el cuestionario como instrumento aplicado a los microempresarios de la Asociación Copropietarios de la Galería Huallayco, Huánuco. Se efectuó la prueba de normalidad de variable con el fin de elegir la estadística para la contrastación de hipótesis; por lo que se eligió el coeficiente de correlación de Pearson, en donde se obtuvo un valor de 0,652 (tabla 17), en base a ello se pudo confirmar que el costo de adquisición de las mercaderías es importante para determinar el precio de venta en la Asociación Copropietarios de la Galería Huallayco. Se concluyó que en la Galería Huallayco se evidencio debilidades tales como: no utilizan registros para efectuar las anotaciones de sus mercaderías adquiridas dificultando el cálculo de sus costos (tabla 3), la mayor parte no utilizan la tarjeta Kardex para efectuar el control de sus mercaderías (tabla 9 y 10) utilizan un registro simple empírico que muchas veces son extraviados dificultando para obtener el costo real de las mercaderías, y por ende dificultando para determinar el precio de venta.

**Palabras Claves:** adquisición, compras, costo, ganancia, precio.

## ABSTRACT

The objective of the research entitled Costs of acquisition of merchandise and the determination of the selling price in the Co-owners Association of the Huallayco Gallery, Huanuco 2023, was to analyze the importance of the cost of acquisition of merchandise to determine the selling price. The methodology used for the research was applied, quantitative, correlational, descriptive and non-experimental; the questionnaire was executed as an instrument applied to the micro-entrepreneurs of the Co- owners Association of the Huallayco Gallery, Huanuco. The variable normality test was carried out in order to choose the statistics for the hypothesis testing; therefore, the Pearson correlation coefficient was chosen, where a value of 0.652 was obtained (Table 17), based on which it was possible to confirm that the acquisition cost of the merchandise is important to determine the selling price in the Co-owners' Association of the Huallayco Gallery. It was concluded that the Huallayco Gallery showed weaknesses such as: they do not use records to make notes of their purchased goods making it difficult to calculate their costs (table 3), most of them do not use the Kardex card to control their goods (table 9 and 10), they use a simple empirical record that are often lost making it difficult to obtain the real cost of the goods, and therefore making it difficult to determine the selling price.

**Keywords:** acquisition, purchases, cost, profit, price

## INTRODUCCIÓN

El presente estudio ha podido describir y analizar la importancia de los costos de adquisición de mercaderías para determinar el precio de venta, efectuadas en la Asociación copropietarios de la Galería Huallayco, Huánuco. De tal manera se ha podido identificar debilidades y problemas sobre el cálculo, registro del precio de compra, costos vinculados de las compras y en los descuentos de las compras que no son en su gran mayoría reconocidos como parte del costo de adquisición, la cual se puede afirmar que el precio que estos negocios ofrecen no tiene una determinación razonable y correcta. En esa medida se ha planteado el problema general

¿Cuál es la importancia de los costos de adquisición de mercaderías para determinar el precio de venta en la Asociación copropietarios de la Galería Huallayco, Huánuco 2023?, la cual se ha podido responder que más del 62.96% de estos negocios no efectúan correctamente el cálculo de los costos de adquisición perjudicando de esta forma a sus ganancias y beneficios económicos, ya que el precio de venta no está efectuada razonablemente según lo establece el párrafo 11 de la NIC 2. La investigación tiene los siguientes contenidos: capítulo I compuesto por el problema y su descripción, formulación del problema y objetivos; así como la justificación y viabilidad. Capítulo II tesis de terceros como antecedentes, bases teóricas, definiciones, y formulación de hipótesis. Capítulo III, se describe la metodología que se utilizó para elaborar el estudio. Capítulo IV interpretación de tablas y figuras según la realidad problemática. Capítulo V, la discusión de resultados, y a base de ello se efectuó las conclusiones y recomendaciones.



# CAPÍTULO I

## PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

### 1.1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

Actualmente las empresas comerciales e industriales implementan diversas técnicas para minimizar los costos de adquisición ya sean de mercaderías, o materias primas con el fin de tener mayores ganancias en un precio de venta competitivo en el mercado. Pero los factores que implican en los excedentes de los costos son muy cambiantes que dificultan contar con un costo estándar que permita mayores ganancias en un precio de venta competitivo. Por ejemplo, una realidad según el estudio de CEPAL (2023) afirma que uno de los factores que ha incrementado los costos comerciales en las empresas de América Latina y el Caribe son los derechos de exportaciones de bienes ya que creció en un 20% en el 2022, la cual ha hecho que mucho de ello incrementen precios a un 14%. Los precios de ventas han tenido que incrementarse ya que otros elementos como el transporte ha incrementado sus tarifas para logística de las mercaderías, así como también el alza de precios de materias primas que han tenido efectos directos al precio de compra de las mercaderías. A nivel del mundo, el comercio sufrió una fuerte desaceleración en 2022, la que se agudiza en 2023 después de expandirse 9,8% en 2021, se proyectó que el volumen del comercio mundial de bienes creció 3,5% en 2022 y crezca apenas 1% en 2023. Esto por razones de los elementos vinculados a los precios y costos de las mercaderías, transporte para la logística, almacenamiento entre otros factores que están influenciando en el precio de venta arriesgadas para no alterar la competencia en el mercado. Otro de los elementos que repercutieron en esta alza de precios es el flete marítimo, terrestre y aéreo; el costo de transporte en las exportaciones desde la región de América Latina hasta Estados Unidos fue de cuatro veces en el 2022 con respecto al año 2019, mientras que desde Asia hasta el año 2023 es de 4,3 veces mayor el valor con respecto al 2019; lo que ha influenciado en la determinación y alza de precios de venta de las mercaderías.

Estevadeordal (2017) explica que el comercio tiene la necesidad urgente de implementar políticas que permita identificar y simplificar costos de las adquisiciones de mercaderías para proteger el ciclo de los precios de venta que produzcan beneficios de rentabilidad, pero sin alterar el mercado. Pero en las empresas de América Latina el mayor costo que ha influenciado en el costo de las adquisiciones de mercaderías es el costo de transporte, así como el alza de precios de las compras a efecto de la alza de costos de la producción; los aranceles son otras cargas que influyen en el costo cuando se trata de las exportaciones e importaciones de mercaderías; pero muchas estos elementos han sido ignorados por las empresas, derivándolos como gasto deducibles que les permitiera reducir algunos porcentajes de impuestos por ello; cosa que ha sido un problema para la empresas de América Latina.

INEI (2023) en el Perú las empresas comerciales en el primer trimestre aumento a 3 millones 190 mil 661 empresas que representa un incremento de 5,3%. El costo de adquisición por cada trimestre acumulado supera los 2.2 mil millones con una tasa negativa de 0,3% que ha repercutido en las actividades comerciales de manera negativa. Esta tasa negativa es los sobrecostos originados por incrementos de precios de mercaderías, alza de costos de trasportes almacenamiento, entre otros elementos que influyen en el precio de venta. Y las empresas comerciales peruanas aun no toman en mucha importancia estos elementos para considerarlo en el costo de adquisición de sus mercaderías y los reconocen como un gasto la cual perjudica al momento de la determinación del precio de venta.

Es un problema que ocurre en la Asociación copropietarios de la Galería Huallayco, Huánuco, en donde se dedican a la actividad económica de venta de accesorios de teléfonos celulares; cuyo problema es latente con respecto a los costos de adquisición de sus mercaderías, se observa ausencia de registros de las compras que les permita llevar control de sus mercaderías, así como registro de los costos vinculados a sus compras, tales como flete, transporte, almacenamiento y los descuentos y rebajas que no son considerados para determinar el precio de venta, perjudicando de esta forma la razonabilidad de los costos de adquisición que no son muy confiables para

determinar el precio de venta. En ese sentido se consideró efectuar la tesis titulada: costos de adquisición de mercaderías y la determinación del precio de venta en la Asociación copropietarios de la Galería Huallayco, Huánuco 2023.

## **1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

### **1.2.1. PROBLEMA GENERAL**

- a. ¿Cuál es la importancia de los costos de adquisición de mercaderías para determinar el precio de venta en la Asociación copropietarios de la Galería Huallayco, Huánuco 2023?

### **1.2.2. PROBLEMAS ESPECÍFICOS**

- a. ¿Cuál es la importancia del precio de compra de mercaderías para determinar el precio de venta en la Asociación copropietarios de la Galería Huallayco, Huánuco 2023?
- b. ¿Cuál es la importancia de los costos vinculados de las compras de mercaderías para determinar el precio de venta en la Asociación copropietarios de la Galería Huallayco, Huánuco 2023?
- c. ¿Cuál es la importancia de los descuentos de las compras de mercaderías para determinar el precio de venta en la Asociación copropietarios de la Galería Huallayco, Huánuco 2023?

## **1.3. OBJETIVOS**

### **1.3.1. OBJETIVO GENERAL**

- a. Analizar la importancia de los costos de adquisición de mercaderías para determinar el precio de venta en la Asociación copropietarios de la Galería Huallayco, Huánuco 2023

### **1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- a. Comprobar la importancia del precio de compra de mercaderías

para determinar el precio de venta en la Asociación copropietarios de la Galería Huallayco, Huánuco 2023

- b. Describir la importancia de los costos vinculados de las compras de mercaderías para determinar el precio de venta en la Asociación copropietarios de la Galería Huallayco, Huánuco 2023
- c. Identificar la importancia de los descuentos de las compras de mercaderías para determinar el precio de venta en la Asociación copropietarios de la Galería Huallayco, Huánuco 2023

#### **1.4. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN**

##### **1.4.1. JUSTIFICACIÓN TEÓRICA**

En la investigación se efectuó la revisión bibliográfica, que ha permitido definir y consolidar bases teóricas con respecto al costo de adquisición; así como identificar sus elementos que lo forman que permitieron resaltar su importancia en la determinación del valor de venta, la cual pueda servir como referencia en otros estudios.

##### **1.4.2. JUSTIFICACIÓN PRÁCTICA**

En base a la discusión y comparación teórica con respecto al costo de adquisición se obtuvieron resultados relevantes que servirán como instrumento en la actividad comercial de los microempresarios de la Asociación copropietarios de la Galería Huallayco, y con ello efectuar la correcta determinación del precio de venta de sus mercaderías.

##### **1.4.3. JUSTIFICACIÓN METODOLÓGICA**

La investigación se efectuó a raíz de una metodología científica en la que permitieron alcanzar los objetivos establecidos; y para ello fue necesario utilizar un instrumento que permitió gestionar los datos e información correspondiente; tal instrumento fue evaluado y analizado para obtener su validez y poderse ejecutar en la muestra de estudio, y porque no ser utilizado para otras investigaciones similares a la nuestra.

## **1.5. LIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN**

El acceso a la información fue una de las limitaciones, ya que en el sector privado existe mucha restricción y bajas facilidades que proporcionen información; pero esta limitación lo superáramos al presentar un documento escrito al representante de la Asociación copropietarios de la Galería Huallayco, con el fin de obtener la autorización correspondiente que permitió aplicar el instrumento de estudio.

## **1.6. VIABILIDAD DE LA INVESTIGACIÓN**

Fue viable por dos razones; el primero porque se tuvo suficiente recurso financiero para financiar todos los gastos y costos que incurrieron en el desarrollo de la investigación; y en segundo lugar se obtuvo con la autorización del representante de la Asociación copropietarios de la Galería Huallayco, para ejecutar el instrumento de la investigación.

## CAPÍTULO II

### MARCO TEÓRICO

#### 2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

##### 2.1.1. ANTECEDENTES INTERNACIONALES

Acosta (2022) en su tesis *Los costos de producción y la fijación de los precios de venta en Carrocerías Santa Cruz*, cuyo objetivo permitió describir la importancia del costo para determinar el precio de venta, metodología de estudio se basó a la caracteriza por su sistema que es de carácter interrumpido, diversificado, tesis de la Universidad Técnica de Ambato, cuya conclusión indica que:

Una vez determinado los costos de producción en Carrocerías Santa Cruz, con la información detallada y proporcionada por el gerente y contadora de la empresa, se encuentra que la asignación de materia prima directa, mano de obra son correctos, mientras que para asignar costos indirectos de fabricación no se encuentran distribuidos de forma real y detallada correctamente por lo que se lo calcula de manera empírica, lo que influye en los costos reales de producción. A través de la identificación de los elementos del costo como son: materia prima, mano de obra y costos indirectos de fabricación se pudo analizar que no son clasificados de forma correcta en especial los materiales indirectos de fabricación, por lo que no hay un control efectivo en los recursos asignados, para la determinación de un buen resultado. La empresa no cuenta con un sistema de costos, este no ha determinado costos reales de la producción, además para la determinación del costo no se toma en cuenta las depreciaciones, mantenimiento de maquinaria, ni los costos de los servicios básicos, puesto que fue manejado de forma empírica, y los precios de venta obtenidos fueron muy bajos. El precio de venta que presenta la carrocería no toma en cuenta los costos de producción reales, sino que son estimados de forma empírica, o a través de su competencia, obteniendo un precio no rentable.

Escobar (2021) en su tesis titulada *Sistema de costeo por procesos y la fijación de precios de venta por costo plus en la producción de calzado de la empresa "Gus Mar" del cantón Cevallos, provincia de Tungurahua*, objetivo fue medir el precio de venta según el costo efectuado en la producción, metodología descriptiva y explicativa, tesis de la Universidad Técnica de Ambato, cuya conclusión indica que:

Al diseñar un sistema de costeo por procesos para la fijación de precios de venta, con el cual se determinó de una forma más adecuada los costos unitarios y con ello la fijación de un precio más razonable y competitivo. Los elementos del costo de producción en la empresa calzado Gus Mar. En general se encontró que algunos elementos que resultaban ser materia prima indirecta se lo tomaban como material directo, además que algunos gastos operativos como sueldos gerenciales o depreciaciones y otros gastos. Estos valores lograron elevar el costo unitario de los productos de forma irreal, y que afecta a la toma de decisiones respecto a los costos del producto. el diseño del sistema de costos procesos que permitió asignar costos razonables, con lo cual fue posible establecer las ventajas del sistema de producción por procesos, muy útil en la empresa debido a la naturaleza de fabricación de los productos, además de establecer costos razonables que permitan a la empresa realizar diagnósticos reales de su situación económica, selección de proveedores, rendimiento de los trabajadores, entre otros. Se fijó el precio de venta por medio del costo plus, el cual, si bien resulta una forma bastante sencilla de obtener el precio de venta, es muy importante si se lo toma como base del precio del producto. En la actualidad es importante fijarse en la competencia para establecer el mejor precio posible que aumente el margen de contribución. Por otro lado, el precio de venta por costo plus podría ayudar a tomar la decisión de continuar produciendo o no, ya que, al ser un margen mínimo esperado, puede ser conveniente el dejar de producir si el precio no alcanza el valor mínimo esperado.

Garcés (2020) en su tesis titulada *Los costos de producción y la fijación del precio de venta de la Avícola “Los Andes” ubicada en el cantón Patate*, cuyo objetivo permitió explicar como el costo de producción permite determinar el precio de venta, metodología descriptivo, exploratorio y correlacional, tesis de la Universidad Técnica de Ambato, cuya conclusión indica:

Se observó que la empresa establece los costos de producción acorde a sus elementos del costo, entre ellos: la materia prima la cual está compuesta por los productos que se utilizan para la elaboración del alimento para las aves, la mano de obra directa en la que corresponde a la remuneración que perciben los empleados de la Avícola y los costos indirectos de producción los cuales se refieren a los servicios básicos, depreciaciones, entre otros costos. En el análisis realizado, todos estos elementos son fundamentales para llevar a cabo el proceso productivo, y se logró obtener el costo de producción, siendo este un valor mensual de \$239351,25. Que corresponden a la producción de 3351060 huevos el mismo que está representado por la materia prima 142115,65, mano de obra 10341,61 costos indirectos 35226,31, es así como se logró observar que la empresa posee 176065 aves las cuales tienen un valor de 1.09 cada una. Esta cantidad, permite apreciar que la empresa posee una alta competitividad. Estos resultados me permitieron observar que la avícola ofrece sus productos a un precio muy competitivo en el mercado, ya que su costo unitario es de 0,05 centavos, con una utilidad del 30%, por lo que el precio de venta es de 0,07 centavo por cada huevo. En lo que se refiere a las mediciones porcentuales se puede apreciar que los costos directos de producción participan en un 93% en la fijación del precio de venta mientras que los costos indirectos influyen en un 7% para poder establecer precios.

### **2.1.2. ANTECEDENTES NACIONALES**

Huamán y Solórzano (2019) en su tesis titulada “El costo de adquisición de la mercadería y su efecto en el estado de resultados de la empresa comercial Dimacer S. A. C. en el periodo 2017”, cuyo objetivo



fuer identificar los efectos del costo de adquisición en los resultados de la empresa, metodología de estudio no experimental, descriptivo, analítico, síntesis, cuantitativo e inductivo, tesis de la Universidad Tecnológica del Perú, conclusiones que arribó:

Los recursos económicos para la adquisición de mercaderías estan directamente relacionados con los resultados de la empresa, ya que sus elementos forman parte del cálculo de los costos de adquisición, tales como transporte, almacenamiento, descargas y otros costos que incurrn en su disponibilidad. As del 88% de las adquisiciones que realiza la empresa DIMACER SAC, lo realiza sin tener proveedores que le garanticen calidad en sus precios de las mercaderías y mucho menos que el trasporte sea incluido por la cantidad de compra, por lo que se tiene la necesidad de contratar servicios de transportes que en realidad no es considerado como parte del costos de adquisición, la cual esto está perjudicando al momento que se desea determinar el precio de venta de cada artículo; así como ambiente, añadiendo a ello, se contratan estibadores que lo consideran como gasto de venta la cual es un error que se está incurriendo. Por otro lado, el desembolso que se efectúa por flete que se efectúa a través de entrega de dinero con carácter de rendir cuentas que en realidad ha generado la subvaluación de las mercaderías reflejando incremento del costo de ventas en la empresa ya que estos desembolsos lo contabilizan como gasto de ventas. Con respecto a los descuentos obtenidos en la empresa lo consideran como otros ingresos en el estado de resultados ya que no se puede identificar la mercadería al cual se está realizando el descuento, el segundo es el descuento por volumen de compra que el proveedor concede por la compra de grandes volúmenes de mercadería, que la empresa lo considera como otros ingresos.

Velarde (2019) en su tesis titulada: Influencia del costo de producción en la determinación del precio de venta en confecciones Luz Victoria Villavicencio Vera, cuyo objetivo fue identificar la incidencia del costo en el precio de venta, metodología de estudio fue descriptivo, no

experimental de corte transaccional, tesis de la Universidad Señor de Sipán, cuya conclusión indica que:

Los costos de producción es el elemento que influye de forma directa en la determinación del precio de venta; pero al no tener un sistema de costos efectiva se comete muchos errores al momento de identificar los elementos para ser reconocidos como costos de la producción para aplicar el margen de ganancia y obtener el precio de venta, la cual no permite garantizar la inversión real y su recuperación de la misma; pero al contrario si se cuenta con el apropiado sistema de costos nos permite identificar y calcular de manera correcta el precio de venta que garantice la inversión y permite lograr una rentabilidad estable y una gran capacidad de competitividad en su rubro, además se ha podido verificar con un análisis de un pedido realizado en un mes que los márgenes de ganancia son buenos y esto nos puede a mejorar nuestras toma de decisiones con las inversiones. en tal sentido en la empresa Confección Villavicencio Vera Luz Victoria, no tiene un sistema de costos que le permita asegurar su inversión, no se reconoce los elementos de la producción de manera razonable para la determinación del precio de venta, ya que no se sabe con exactitud cuántos se ha desembolsado para confeccionar una prenda de vestir; para determinar el costo solo se basan a la experiencia del gerente de la empresa, registro en las hojas y cuaderno, precios del mercado, el análisis de la competencia y el margen de ganancia que oscila entre el 20% y 25% que no se sabe si es real.

Loaiza (2019) en su tesis Costos de producción de madera aserrada y determinación del precio de venta en la maderera y multiservicios Shalom EIRL del distrito de Andahuaylillas, provincia de Quispicanchi, Cusco, periodo 2018, cuyo objetivo fue explicar y describir como el costo permite ser importante para determinar el precio de venta, metodología de estudio descriptiva y aplicada, tesis de la Universidad Andina del Cusco, concluyó:

Se identifico que en la empresa Maderera y Multiservicios Shalom

EIRL, el costo de producción permite determinar el precio de venta, pero que en la empresa se efectúa una técnica no muy adecuada sin criterio contable, se cuenta con la hoja de costos de cada producto, pero al momento de efectuar las operaciones contables de la producción no se toma en cuenta varios costos que deberían incluirse para determinar el precio de venta. Los costos variables no son determinados de manera lógica con criterio, ya que al momento de realizar sus operaciones si consideran lo que es materia prima y transporte que sería el costo variable de los productos, pero ellos no saben realmente qué tipo de costos son sin embargo ellos logran determinar un precio pero sin criterio contable. De igual manera los costos fijos son identificadas de manera inadecuada la operación de los productos en sus costos fijos ellos consideran solo remuneración a los trabajadores por las 8h laboradas de forma diaria mas no consideran la remuneración de los estibadores que solo laboran 2 horas diarias que es de S/7.76 , tampoco llegan a considerar la depreciación de la maquinaria que asciende de forma diaria a un costo de S/52.24 por las 8 horas de trabajo diario que realizan.

### **2.1.3. ANTECEDENTES LOCALES**

Chipana (2023) en su tesis: Sistema de costos por procesos y su incidencia en la toma de decisiones en la empresa Consorcio Puente Auvèrnia San Ramón 2022, que tuvo como objetivo indicar que implicancia tiene el sistema de costos por proceso para tomar decisiones, metodología de estudio descriptivo, explicativo no experimental, tesis de la Universidad de Huánuco, cuya conclusión arribó:

Los costos por procesos en la empresa Consorcio Puente Auvèrnia San Ramón influye de manera directa para efectuar la toma de decisiones determinado el valor y precio real del costo. Determinar el costo por procesos es un sistema mecánico que utiliza la empresa en estudio, la cual no es muy efectivo para tomar decisiones optimas y calcular el costo real de las actividades que se efectúan en la obra que ejecuta la empresa. Esto ha causado que existe una diferencia de -

7,375.11 entre el costo efectuado con el costo calculado; la cual evidencio que el proceso del costo implementado en la empresa es un costeo tradicional, mas no analítico que demuestra de manera razonable los elementos de los costos permitiendo obtener el asertividad de sus costos. Por ende, para tener el costo real y fiable es necesario contar con las decisiones más asertivas y confiables en las actividades que efectúa la empresa.

Alvino (2022) en su tesis *Costos de producción y rentabilidad de la panadería y pastelería grupo San Carlos; Huánuco 2021*, cuyo objetivo fue describir como incide los costos de producción en la rentabilidad, metodología de estudio descriptivo, correlacional y aplicada, tesis de la Universidad de Huánuco, cuya conclusión indica que:

El costo de producción incide en la rentabilidad de la panadería San Carlos, ya que su costo total adquiridos para la fabricación de panes clásicos es de 284 mil 574 soles, para el pan de molde es de 261 mil 970 soles, para el pan especial es de 215 mil 751 soles, para bocaditos es de 48 mil 402 soles, para el pastel 78 mil 945 soles, para el que es de 94 mil 589 soles y para el panetón es de 110 mil 532 soles la cual haciendo a una sumatoria de 1 millón 94 mil 766 soles para la producción anual, y el nivel de rentabilidad bruto que varía entre 22.01%, 9.21% y 100.31%. en la empresa se adolece efectuar el uso adecuado de un registro de control de costos de producción ya que si se tiene la intención de incrementar el nivel de rentabilidad es necesario medir con certeza la efectividad del costo de producción y un buen manejo del control de los costos. Los costos son establecidos de manera también empírica por lo que, los encargados del registro contable no tienen conocimiento de los costos reales de producción, tal situación dificulta la aplicación de decisiones estratégicas que beneficien al negocio y que orienten a un mayor nivel de rentabilidad ya que no se cuenta con información fidedigna ya que los diversos elementos del costo son establecidos de manera ineficaz.

Bernardo et al. (2020) en su tesis *El costo de producción y la*

*determinación de precios de las empresas metalmecánica en la Provincia de Huánuco – año 2018*, cuyo objetivo fue explicar como el costo de producción permite determinar el precio de venta, metodología de estudio descriptivo correlacional; tesis de la Universidad Nacional Hermilio Valdizan, cuya conclusión indica que:

El costo de producción determina los precios de ventas de las empresas metalmecánica en la provincia de Huánuco. Los precios de compras de materias primas influyen en la determinación del punto de equilibrio de las empresas metalmecánicas. Los costos de producción influyen en la demanda de mercado. Los gastos de fabricación influyen en la determinación del precio de venta de las empresas metalmecánica en la provincia de Huánuco.

## **2.2. BASES TEÓRICAS**

### **2.2.1. COSTO DE ADQUISICIÓN**

Ramírez et al. (2010) el costo de adquisición constituye el conjunto de etapas en la función de la compra de existencias, tales como mercaderías, materia prima y suministros, en las que se incluyen otros costos vinculados con su adquisición, las cuales son esenciales para su disponibilidad en la empresa. El costo de adquisición registra las cantidades y precios de las mercaderías, así como los importes de los materiales o materia primas. Los costos de adquisición están basados en la actividad operativa, procesos empleados en la que se efectúan los registros contables de todos los elementos que incluyen desde el momento que se adquiere las mercaderías hasta la disponibilidad o almacenamiento en la empresa.

Lazo (2013) menciona que los costos de adquisición de materiales que integran otros costos vinculados tales como fletes de entrega, impuesto sobre ventas, aranceles, transportes, almacenamientos y aquellos que están vinculadas con las compras.

Los costos de compra de existencias comprenden el precio de

compra, los derechos de importación y otros impuestos (no recuperables por la empresa ante las autoridades fiscales), y los costos de transporte, manipuleo y otros directamente atribuibles a la adquisición de productos terminados, materiales y servicios. Los descuentos y bonificaciones mercantiles y otras partidas similares se deducen al determinar los costos de compra. (Lazo, 2013, p.86)

Por su parte, Reveles (2004) aborda que el costo de adquisición está representado por el valor de factura, incluyendo erogaciones efectuadas vinculada al llegar el producto o materiales hasta llegar a la planta de la empresa; los costos de adquisición están integradas en el inventario y en el resultado de la entidad. Medina et al. (2017) es importante mencionar que el comprar mercaderías es efectuar la operación en donde se determinan el precio de compra, los costos que hacen posible para su disponibilidad en el almacén de la empresa y los descuentos obtenidos por parte de los proveedores y por las compras realizadas.

Los costos de adquisición deben ser valuados al valor neto de realización, así como aquellos que están expuestas a los cambios producidas directamente a una adquisición de existencias provenientes por una compra facturada en una moneda extranjera, diferencia del tipo de cambio y mediciones de la valuación del precio adquirido en un plazo contractual de compras, en donde se puede tener una diferencia (Lazo, 2013).

En el párrafo 11 de la NIC 2 (2021) sostiene que el costo de adquisición de las mercaderías está integrado por el precio de compra, los desembolsos por derecho arancelario de importación, transportes, manejo de otros costos que se atribuyen y vinculan con la adquisición de las mercaderías; así como también se debe considerar los descuentos comerciales, rebajas y otros similares para que estos sirvan para deducir y determinar el costo de adquisición real.

### **2.2.1.1. PRECIO DE COMPRA DE MERCADERÍAS**

Ortiz (2015) el precio de compra es el valor de la mercadería que está integrado por unidad y por la cantidad total según la necesidad de la organización.

Lazo (2013) el precio de compra de las mercaderías es el valor que la empresa está en certeza de poder pagar por una cierta cantidad y por ciertas condiciones que le proporciona el proveedor. El responsable del departamento de las compras garantiza que el precio de los artículos garantice la calidad y la cantidad de los pedidos establecidos en la empresa. No obstante, el precio de compra es un acuerdo y términos que incluye la entrega de las existencias y la fecha de pago en un precio comparable o convenido.

#### **a. Existencias**

En el párrafo 6 de la NIC 2 (2021), indica que las existencias son activos adquiridos con el fin de efectuar su venta en el curso normal de la actividad empresarial; o como también aquellos bienes que están en proceso de producción orientada para su posterior venta. Las existencias tienen la forma de materiales, suministros, artículos que pueden ser consumidos para la producción o para efectuar la prestación de servicios.

#### **b. Precio comparable**

Ramírez et al. (2010) El precio comparable se trata de determinar costos unitarios que permitan obtener y atribuirse a cada producto o artículo, la cual debe efectuarse exactamente. Los precios deben ser separados entre precio menos los costos unitarios adicionales que las mercaderías hayan tenido, de tal manera se puedan comparar de manera más justa y razonable, que sirva para efectuar la decisión más correcta en el proceso de la adquisición de las mercaderías.

### **2.2.1.2. COSTOS VINCULADOS CON LAS COMPRAS DE MERCADERÍAS**

En la NIC 2 (2021) sostiene que en las adquisiciones de las mercaderías existen otros costos que están vinculadas con las compras de mercaderías, las cuales son necesarias e indispensable que transcurren desde el momento que se efectúa la adquisición hasta la llegada al establecimiento de las mercaderías. No obstante, en el párrafo 15 de la misma NIC indica que los otros costos son incluidos a los costos de los inventarios, pero siempre en cuando estos hayan sido incurridos y hayan hecho posible para dar a los mismos su condición, así como su ubicación de las mercaderías.

Por su parte Lazo (2013) menciona que los otros costos vinculados de las existencias son aquellos que están relacionadas a las compras que se efectúan hasta la disponibilidad en el establecimiento de la empresa; que dichos costos están vinculados con el transporte o flete, almacenamiento, cuando se trata de importación de mercaderías el derecho aduanero, así como servicios de descarga y comisiones de compras que en algunas empresas grandes lo hacen uso. Ramírez et al. (2010) los costos que están vinculados con las compras de existencias deben ser reconocidas como parte de las adquisiciones, con el fin de poder conocer cuánto es el valor real de los inventarios de las mercaderías.

#### **a. Flete-Transportes**

Real Academia Española (2001) El flete – transporte es definido como el precio y pago estipulado por el alquiler de un medio de transporte para el desplazamiento de bienes o mercaderías. Así como puede también definirse como el valor de traslado de mercaderías en un vehículo de transporte.

En esa razón, en el párrafo 11 de la NIC 2 (2021) hace



mención que el flete o transporte es un elemento que debe ser considerado como el costo de adquisición, siempre en cuando esté relacionada con el desplazamiento de las mercaderías que originen un desembolso económico por el mismo. Por su parte Marulanda (2009) afirma que el transporte es un elemento que es indispensable cuando se trata de adquirir mercaderías, por la cantidad, participación y disposición de la compra, se tiene la necesidad de optar por el servicio de transporte la cual origina un desembolso de recursos económicos que deben ser considerados como parte del costo de las compras de mercaderías.

#### **b. Envases y embalajes**

Ortiz (2015) los envases y embalajes son aquellos materiales que desempeñan con la función de transportar las mercaderías de un lugar a otro. La prioridad de ello es proteger las mercaderías de su manipulación y de su desplazamiento. El envase es un medio en la que se coloca las mercaderías de manera más exacta para su protección; mientras que el embalaje permite dar mayor seguridad al producto con el fin de que esta llegue en perfectas condiciones. El costo de envases y embalajes formar parte del elemento del costo de adquisición ya que esta relacionadas directamente en el desplazamiento de las mercaderías. Por su parte Díaz (2017) los envases y embalajes son costos adicionales a la gestión de costos de la empresa, ya que son elementos que permiten dar seguridad y cuidado a los productos o mercaderías que se manipulan y se transportan.

#### **2.2.1.3. DESCUENTOS DE LAS COMPRAS DE MERCADERÍAS**

Rojas (2007) los descuentos de las compras de mercaderías están relacionados beneficios de compras, en el que el proveedor otorga un valor deducible al total de la factura de las existencias compradas, que por defecto esto disminuye la cantidad del pago, aunque no del precio de compra. Estos descuentos comerciales

deben ser registrados de manera negativa al total del valor de la compra de las mercaderías, como lo indica el párrafo 11 de la NIC 2 (2021) que los descuentos comerciales deben ser considerados para determinar el costo de adquisición, es decir deducir al monto total de las compras de mercaderías. Por su parte Ramírez et al. (2010) la composición de las compras de mercaderías, o materiales, materia prima u otros, están expuestos a ser disminuidos en los costos de adquisición cuando exista rebajas y descuentos, ya que ello debe efectuar su deducibilidad para obtener las compras netas.

#### **a. Descuentos comerciales**

Según la NIC 2 (2021) establece que los descuentos comerciales son aquellos descuentos que se otorgan al cliente por una cierta cantidad de compra, las cuales deben ser consideradas como parte del costo para efectuar la venta correspondiente, con el fin de poder identificar el valor real del costo de adquisición. Medina et al. (2017) los descuentos en las compras tienen la finalidad de descontar el importe total de la factura, las cuales se dan por el volumen y cantidad de compra; así como también por el pronto pago, pero esto debe ser registrado en la contabilidad.

#### **b. Rebajas**

Las rebajas son un pago o reembolso que el proveedor efectúa al comprador por el volumen de la compra o por algunos productos que están en oferta, o por comprar mercaderías con un precio alto para llevarse otro el de precio más bajo (Reveles, 2004). En la NIC 2 (2021) indica que las rebajas, así como los descuentos deben ser considerados como deducibilidad para determinar el costo de adquisición de mercaderías.

### **2.2.2. PRECIO DE VENTA**

Veliz (2022) el precio de venta comprende el conjunto de costos

reconocidos en el proceso de producción o en el proceso de adquisición comercial que ha permitido hacer posible la disponibilidad para su venta; añadido a ello se integra el margen de ganancia que es el beneficio de la inversión de la empresa. Por su parte Ramírez et al. (2010) sostiene que el precio de venta incluye los costos inherentes a su disposición de los bienes o mercaderías más una utilidad razonable, en la que es necesario determinar los conceptos y valores que están vinculados con la comercialización de las mercaderías. Por tanto, el precio de venta se efectúa a base de los costos que se calcularon para determinar diciendo el costo de los productos que se hayan vendido por un menos el porcentaje de la utilidad bruta.

Ortiz (2015) indica que el precio de venta es el valor que el comprador o cliente está dispuesto a pagar por la mercadería o bienes en una determinada adquisición. En una empresa comercial el precio de venta está integrada por el costo de adquisición, el margen de ganancia bruta, el valor de venta y el impuesto general a las ventas.

#### **2.2.2.1. COSTO DE VENTAS**

Veliz (2022) consiste el costo de ventas el valor del precio de compra de la mercadería que se adquirió y que se vendió, la cual es calculada por las existencias disponibles en el almacén menos las existencias vendidas. En el rubro de producción el costo de ventas están compuestas por la materia prima, y materiales adquiridos que son calculadas según la orden de producción y los artículos terminados. Por su parte Álvaro (2017) refiere que el costo de ventas en la producción es más complejo ya que está integrado por el inventario inicial de los productos terminados más el costo de producción terminada del ejercicio, más el total de costos de productos terminados para la venta menos el inventario final de productos terminados. Mientras que en el caso de empresas comerciales el costo de ventas está relacionada con las mercaderías vendidas

#### **a. Tarjeta de control físico de mercaderías**

Ortiz (2015) consiste en una tarjeta en la que se efectúa el registro y control de las mercaderías o materiales que ingresan, se retiran y quedan como el saldo en el almacén de la empresa, en ella se refleja la información de los movimientos de las mercaderías en las que se reflejan no solo cantidades sino como el precio y el costo de ventas de mercaderías.

Al utilizar esta tarjeta es indispensable hacer uso de un método determinado para evaluar el costo de las existencias. Métodos como el PEPS o PROMEDIO las cuales son de carácter tributario y aceptado por la SUNAT.

#### **b. Método PEPS o PROMEDIO**

Álvaro (2017) El método primeras entradas y primeras salidas más conocida como el PEPS es un método para determinar el costo final de las mercaderías en el almacén, la cual consiste en valorar el inventario, según el orden de la entrada y salidas de las mercaderías, permitiendo de esta forma controlar la rotación del inventario almacenadas. El método PROMEDIO es un método que se obtiene o representa menos valor del inventario las cuales son valuadas utilizando el costo existencias en almacén más el costo exigencias adquiridas entre unidades adquiridas más unidades en almacén

#### **2.2.2.2. MARGEN DE GANANCIA**

Real Academia Española (2001) es la utilidad que se obtiene a través de la venta o actividad comercial, la cual es añadida al costo de la producción o comercial.

Van y Wachowicz (2010) sostiene que el margen de ganancia es la rentabilidad que la empresa obtienen en base a sus ventas efectuadas, la cual indican a la efectividad de sus operaciones empresariales. Esta se obtiene a través de la formula financiera o

el valor del margen o su ratio: el margen bruto=ventas-costos variables (MB=V-CV).

Medina et al. (2017) el margen de ganancia es un porcentaje que se incluye después del cálculo de los costos comerciales o de producción, cuyo valor genera beneficios de rentabilidad a la empresa que le permita responder gastos operativos u obligaciones con terceros. La margen de ganancia puede se fundamente por la ganancia bruta y ganancia neta

#### **a. Margen de ganancia bruta**

Van y Wachowicz (2010) esta Ganancia bruta se le conoce porque es una ganancia que no se efectúa las deducciones de operaciones de gastos, tales como los gastos administrativos, financieros, gasto de ventas, impuesto a la renta entre otros. Por su parte Ortiz (2015) afirma que el margen de ganancia bruta se obtiene deduciendo el costo de ventas de las ventas netas, la cual permite demostrar la capacidad de la producción o comercialización.

#### **b. Margen de ganancia neta**

Van y Wachowicz (2010) la ganancia neta consiste en deducir el costo de producción o costo de ventas de las ventas efectuadas. Es una medida que demuestra capacidad de operación comercial de la empresa. El margen de ganancia netas consiste en una medida de rentabilidad de las ventas efectuadas después de los impuestos que la empresa paga teniendo en cuenta los gastos e impuesto sobre la renta: Ganancia neta después de impuesto/activos totales; esta ganancia indica la relación que tienen la rentabilidad con la inversión.

Si el margen de ganancia bruta en esencia no cambia en un periodo de varios años, pero el margen de ganancia neta declina en el mismo periodo, sabemos que se puede deber a

gastos de ventas, generales y administrativos más altos en relación con las ventas o a una tasa de impuestos más alta. Por otro lado, si el margen de ganancia bruta disminuye, sabemos que el costo de producir bienes con respecto a las ventas ha aumentado. Este suceso, a la vez, puede deberse a precios más bajos o a menor eficiencia operativa en relación con el volumen. (Van y Wachowicz, 2010, p.176)

### **2.2.2.3. DISPONIBILIDAD DE ARTÍCULOS**

Ortiz (2015) la disponibilidad de artículos consiste, la existencia de la cantidad necesaria y adecuada de mercaderías para poder responder a la demanda de venta, además para tener en cuenta el control de la cantidad con el fin de poder realizar las adquisiciones siguientes cuando sea necesario. Por su parte Ramírez et al. (2010) indica que esta es una función del área cuya la cual está relacionada con la verificación y control del stock de mercaderías; su trabajo consiste en identificar la cantidad necesaria para responder a las demandas de venta. Y a base de ello poder efectuar las próximas adquisiciones en la que permitan prever el stock.

#### **a. Ventas netas**

Lazo (2013) Consiste en los ingresos que se efectúan por las ventas de mercaderías o como la prestación de servicios las cuales son originadas del principal giro del negocio, disminuyendo las devoluciones, bonificaciones y descuentos concedidos por cada venta unitario o total. En estas ventas se tiene que separar las ventas a terceros de los que se efectúan a las empresas vinculadas.

#### **b. Control de inventario**

Reveles (2004) el control de los inventarios están subyugado a determinar el valor de los artículos, o mercaderías, así como

materiales en caso de empresas industriales, cuyo fin es registrarlos contablemente y conocer por unidades que integran el inventario, así como su precio de cada uno de ellos; además permite, contar con el control de movimientos de entrada y salida de las mercaderías. Es importante resaltar que hay procedimientos para el control de los inventarios, y una de ellas es identificar a las mercaderías generales en la que se determina de manera unitaria y total el precio de venta, clasificándolo en un solo cálculo para todos, es decir: Costo de adquisición/unidades de artículos + el margen de ganancia bruta=precio de venta unitaria

### **2.3. DEFINICIONES CONCEPTUALES**

- 1) Contabilidad administrativa; consiste en la información que se efectúa para los usuarios internos de la empresa, en ellas de registro, recolecta, controla, mide e informa los datos de cada hecho del negocio con el fin de ser útil en la toma de decisiones (Lazo, 2013).
- 2) Contabilidad de costos; consiste en la información que incorpora la contabilidad financiera y administrativa, esta ofrece información directamente de las capacidades del proceso productivo, mide el costo de producción y los niveles de venta (Lazo, 2013).
- 3) Contabilidad financiera; es la contabilidad que proporciona alcances exteriores, ya que sus operaciones se relacionan con terceros; expresa resultados totales de la gestión empresarial demostrando ganancia o pérdidas.
- 4) Costo; consiste la incorporación del valor a los artículos manufacturados. Incluyendo a los demás costos vinculados que hicieron posible su disponibilidad en los inventarios de la empresa (Reveles, 2004).
- 5) Costos directos; consiste aquellos desembolsos económicos relacionadas con el objeto de costos las cuales pueden ser seguimiento de manera factible (Lazo, 2013).
- 6) Costos indirectos; consiste aquellos costos que no se pueden determinar

de manera factible, sino que se tiene que emplear alguna técnica para determinar su distribución (Lazo, 2013).

- 7) Costos comerciales; está comprendido por el costo de inversión que la empresa efectúa para comercializar productos manufacturados; este costo comercial esta alineado al costo de adquisición de las mercaderías (Ortiz, 2015).
- 8) Costo estimado; es aquel costo que se fija en base a las experiencias, su objetivo es determinar el precio de venta (Ortiz, 2015).
- 9) Costos fijos; son aquellos costos que no se incrementan a pesar de que la cantidad o volumen de los bienes, mercaderías o unidades producidas estos se mantienen (Ortiz, 2015).
- 10) Costos de servicio; consiste en aquellos costos que estan relacionadas a las empresas que prestan servicios quienes calculan el costo de sus servicios desde el momento que se atiende al cliente hasta terminar el servicio (Ortiz, 2015).
- 11) Costo laboral; consiste en la mano de obra, incorpora el costo por tiempo del trabajador que permanece en la empresa para cumplir el servicio o prestación del servicio; así como producir el bien (Ortiz, 2015).
- 12) Costos unitarios; esta referido a los costos que incorporan a los elementos del costo de producción, las cuales se obtienen dividiendo entre el costo total y unidades producidas (Ortiz, 2015).
- 13) Costos parciales; es aquellos que se estructuran por cada parte del costo, para determinar de manera separada su costo (Ortiz, 2015).
- 14) Costos totales; estos comprenden la totalidad de los costos ya sea de la adquisición o producción (Ortiz, 2015).
- 15) Costos variables; consiste en aquellos que se incrementan la medida proporciona que las mercaderías, o unidades producidas aumenten (Ortiz, 2015).



- 16) Empresas comerciales mayoristas; son todas las empresas que venden mercaderías al por mayor, es decir en grandes cantidades: por toneladas, miles, etc.
- 17) Empresas comerciales minoristas; son toda empresa que efectúa ventas al por menor, es decir lo efectúa directamente al consumidor final (Ortiz, 2015).
- 18) Gasto; consiste son desembolsos de recursos que no están vinculados a las adquisiciones de las mercaderías, sino a las actividades operativas de la empresa, las cuales disminuyen los resultados (Reveles, 2004).

## **2.4. HIPÓTESIS**

### **2.4.1. HIPÓTESIS GENERAL**

- a. Los costos de adquisición de mercaderías son importantes para determinar el precio de venta en la Asociación copropietarios de la Galería Huallayco, Huánuco 2023

### **2.4.2. HIPÓTESIS ESPECÍFICAS**

- a. El precio de compra de mercaderías es importante para determinar el precio de venta en la Asociación copropietarios de la Galería Huallayco, Huánuco 2023
- b. Los costos vinculados de las compras de mercaderías son importantes para determinar el precio de venta en la Asociación copropietarios de la Galería Huallayco, Huánuco 2023
- c. Los descuentos de las compras de mercaderías son importantes para determinar el precio de venta en la Asociación copropietarios de la Galería Huallayco, Huánuco 2023

## **2.5. VARIABLES**

### **2.5.1. VARIABLE 1**

COSTO DE ADQUISICIÓN

#### Dimensiones

- ✓ Precio de compra de mercaderías
- ✓ Costos vinculados con las compras de mercaderías
- ✓ Descuentos de las compras de mercaderías

### **2.5.2. VARIABLE 2**

#### PRECIO DE VENTA

#### Dimensiones

- ✓ Costo de ventas
- ✓ Margen de ganancia
- ✓ Disponibilidad de artículos

## 2.6. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Título	Variables	Dimensiones	Indicadores	ítem
Costos de adquisición de mercaderías y la determinación del precio de venta en la Asociación copropietarios de la Galería Huallayco, Huánuco 2023	Costos de adquisición	Precio de compra de mercaderías	Existencias	¿Utiliza registro de anotaciones para las existencias (mercaderías) compradas?
			Precio comparable	¿Se registra las mercaderías de manera separada según el tipo de artículos?
				¿El transporte o flete par el traslado de las mercaderías es considerado como costo de la adquisición de mercaderías?
		Costos vinculados con las compras de mercaderías	Flete-Transporte	¿Los envases y embalajes de sus mercaderías son considerados como
			Envases y embalajes	parte del costo de sus mercaderías?
			Descuentos de las compras de mercaderías	Descuentos comerciales
			Rebajas	¿Las rebajas que recibe por sus proveedores son considerados para disminuir el valor de sus mercaderías?
	Precio de venta	Costo de ventas	Tarjeta de control físico de mercaderías	¿Utiliza su negocio la tarjeta de control físico de mercaderías
			Método PEPS o PROMEDIO	(Kardex) ¿Ejecuta algún método de entrada y salida de sus mercaderías (PEPS o PROMEDIO)?

Margen ganancia	de Margen de ganancia bruta	¿Cuenta con método de cálculo para determinar su margen de ganancia bruta? ¿Cuál es el porcentaje que aplica?
	Margen de ganancia neta	¿Conoce como obtener el margen de ganancia neta de sus ventas?
Disponibilidad artículos	de Ventas netas	¿Efectúa registros de cuentas de sus ventas diarias para determinar la venta neta?
	Control de inventario	¿Efectúa acciones de control de sus mercaderías almacenado con el fin de calcular el precio unitario de las mercaderías?

## **CAPÍTULO III**

### **METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **3.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN**

La investigación que se desarrolló está basada en el tipo de investigación aplicada, indicando porque efectuó la revisión de teorías, conceptos y estudios previos similares a la nuestra en la que permitieron discutir, comparar resultados de la investigación con el propósito de obtener nuevos enfoques sobre el costo de adquisición con el fin de poder proporcionar su importancia en la determinación del precio de venta. Carrasco (2006) aborda que el tipo aplicada consiste “en orientar características vinculadas a objetivos bien definidos, inmediatos y prácticos. Es decir, está diseñado para cotejar y brindar los hallazgos de la encuesta de acuerdo con la realidad de la muestra” (p.43).

##### **3.1.1. ENFOQUE**

Fue cuantitativo, por lo que se indica que el estudio se basó en la consecución de datos para obtenerlo a través de la inducción e interacción con la muestra de estudio, cuya finalidad consistió en procesarlas para obtener frecuencias numéricas y porcentuales. Quezada, 2010) afirma el enfoque cuantitativo recopila indaga y analiza información que permiten responder preguntas y comprobar hipótesis, a partir de del cálculo numérico y frecuencias estadísticas para el análisis exacta de los valores de variables.

##### **3.1.2. ALCANCE O NIVEL**

La investigación fue efectuada en el nivel descriptivo y correlacional; descriptivo ya que efectuaron la definición de variables frente al problema de investigación que permitieron identificar cómo se comportan en el contexto del problema de estudio. Al respecto Hernández et al. (2014) explica:

Que el nivel descriptivo permite identificar características,

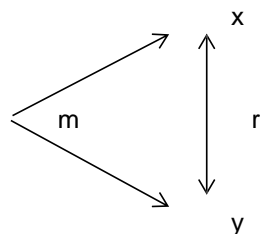
propiedades y demostrar el perfil de los sujetos en un suceso o circunstancia de estudio. está destinado a medir o recopilar información de forma independiente o colectiva sobre los conceptos o variables a los que se refiere. Es decir, su propósito es mostrar cuán enlazados están. (p.5)

Correlacional, ya que la finalidad de estudio fue identificar en base a valores numéricos de ambas variables el nivel de asociación, con la finalidad de establecer la intersección entre las variables que permitieron contrastar hipótesis. Al respecto Hernández et al. (2014) explica que "la investigación correlacional permite averiguar la relatividad o asociación entre dos o más categorías o variables en una muestra específica, que permite analizarlas para probar hipótesis de investigación" (p.93).

### 3.1.3. DISEÑO

Se efectuó el desarrollo de la tesis en el diseño no experimental, por las razones que consistió en ejecutar el estudio sin manipular variables, ósea se recopiló datos en momento determinado para efectuar el análisis de acuerdo con el contexto que se viene observando. Quezada (2010) indica que los diseños no experimentales so estudios que se realizan sin manipular la realidad de un problema, esta extrae información según la realidad, para interpretar su realidad.

En ese orden de las definiciones, la investigación opta por el esquema siguiente:



Donde:

M = Muestra de estudio

X = V.1.: Costo de

Adquisición Y = V.D.:

Precio de venta

r = Relación entre las dos Variables

## 3.2. POBLACIÓN Y MUESTRA

### 3.2.1. POBLACIÓN

La población esta entendida como “parte o sector del universo, que tiene características similares y definidas según una realidad problemática, cuyas características son más precisas y asertivas para desarrollar la investigación (Quezada, 2019, p.118). Por su parte Hernández et al. (2014) aborda que la población esta:

Compuesta por los elementos en su conjunto que forman parte del sector problemática en la investigación, cuyas propiedades son mucho más precisas que las del universo. De tal forma es el conjunto de todos los elementos que coinciden en una serie de especificaciones. (pp.174-175)

En tal sentido, la población para la presente investigación se incluyó a los cincuenta y cuatro microempresarios de la Asociación copropietarios de la galería Huallayco Huánuco, que a continuación se detalla en la siguiente tabla:

**Tabla 1**

*Población de estudio*

N°	RAZON SOCIAL O NOMBRE	N° RUC
1	TELLO LUNA, Cesia Luna	10300403280
2	RIVERA SANTAMARIA, Adelayda	10702464898
3	CENTENO MURILLO, Iván	10713465191
4	CENTENO MURILLO, Henry	10613402011
5	GONZALES DURAND Luis	10400421882
6	GOMEZ ALVARADO, Henry	10737623986
7	CACERES ROJAS, Pedro	10653462863
8	ROSAS DOMINGUEZ, Javier	10346536605
9	AQUINO REYES, Victoriano	10702464985
10	SERRANO SALAZAR, Carolina	10756734329
11	SIERRA RIOS, ERICK	10658798090
12	APOLYN VILCA, Mary Luz	10547823120
13	APOLYN VILCA, Ivet	10097642756

14	APOLYN VILCA, Ronal	10983412114
15	APOLYN VILCA, Cristian	10703267994
16	CRISOSTOMO BALTAZAR, Elmer	10659092359
17	TAQUIRE TRINIDAD, Eleazar Efraín	10447623909
18	BERAUN CUEVA, Dency	10326998001
19	TREJO LUJAN, Elvis	10124356787
20	CARBAJAL ROJAS, Andrea	10567832093
21	Ordoñez Jesús, Bertha	10437809097
22	CORDOVA AGUIRRE, Saúl	10702456230
23	ALMONACIL ESPINOZA, Patricia	10456534542
24	SANDOVAL CRISPIN, Sebastián	10023465715
25	CORDOVA MEZARINA, Félix	10664961014
26	BETANCOUR FLORES, María	10013465129
27	SERRANO REYES, Epifanio	10722343603
28	SOLORZANO LAVADO, Vilma	10418765891
29	SOLORZANO LAVADO, Marleni	10230181518
30	LOPEZ BERAUN, Nelly	10437809094
31	MALPARTIDA SOTO, Alex	10125769808
32	ROMERO RIOS, Ángel	10322167602
33	SANCHEZ MARINO, Antonio	10132214500
34	CABRERA ALLPAS, Antonio	10987898955
35	CABRERA ALLPAS, Jesús	10246788898
36	VICENCIO HILARIO, Gustavo	10536782422
37	VICENCIO HILARIO, Betsy	10247689267
38	SALAZAR CORTES, Carmen	10836519781
39	SOTO TORIBIO, Bryan	10365472345
40	GARCIA GALLOSO, André	10235088212
41	VALLES LOPEZ, Diana	10347572384
42	CABELLO TOLENTINO, Elmer	10001034506
43	REYES INGA, Enrique	10200341266
44	CACERES ROJAS, Pedro	10598511148
45	LEON HUAMAN, Esteban	10243554002
46	TARAZONA CAMPOS, Frank	10987898812
47	QUITO EDUARDO, Jesús	10263726376
48	INGA LOPEZ, Dony	10123654007
49	CASTILLO HUAMAN, Víctor	10213241331
50	CASTILLO HUAMAN, Antonio	10764763483
51	SANTAMARIA ALVARADO, Katty	10235464764
52	SANTAMARIA BALTAZAR, Felipe	10098990131
53	AQUINO JUSTO, Jorge	10524354290
54	JUSTO ORTEGA, Alex José	10243421446

---

*Nota.* Información proporcionada por el presidente de la Asociación Copropietarios de la Galería Huallayco



### 3.2.2. MUESTRA

Quezada (2019) como “es una parte o cierta cantidad de sujetos representativo de la población, que son obtenidas definiendo características y su participación más cercana en el problema de estudio” (p118). En base a esta definición, se obtuvo la muestra de estudio ejecutando el muestreo no probabilístico por conveniencia. Al respecto Hernández et al. (2014) sostiene “que consiste en establecer una cierta cantidad de la población definiendo su participación directa en el problema de investigación para seleccionarla de manera intencional o por conveniencia” (p.21). De tal manera, la muestra de estudio fue integrada toda la población que se indica en la tabla 1, es decir a los cincuenta y cuatro microempresarios de la Asociación copropietarios de la galería Huallayco Huánuco, como se observa en la tabla siguiente:

**Tabla 2**

*Muestra de estudio*

N°	RAZON SOCIAL O NOMBRE	N° RUC
1	TELLO LUNA, Cesia Luna	10300403280
2	RIVERA SANTAMARIA, Adelayda	10702464898
3	CENTENO MURILLO, Iván	10713465191
4	CENTENO MURILLO, Henry	10613402011
5	GONZALES DURAND Luis	10400421882
6	GOMEZ ALVARADO, Henry	10737623986
7	CACERES ROJAS, Pedro	10653462863
8	ROSAS DOMINGUEZ, Javier	10346536605
9	AQUINO REYES, Victoriano	10702464985
10	SERRANO SALAZAR, Carolina	10756734329
11	SIERRA RIOS, ERICK	10658798090
12	APOLYN VILCA, Mary Luz	10547823120
13	APOLYN VILCA, Ivet	10097642756
14	APOLYN VILCA, Ronal	10983412114
15	APOLYN VILCA, Cristian	10703267994
16	CRISOSTOMO BALTAZAR, Elmer	10659092359
17	TAQUIRE TRINIDAD, Eleazar Efraín	10447623909
18	BERAUN CUEVA, Dency	10326998001
19	TREJO LUJAN, Elvis	10124356787
20	CARBAJAL ROJAS, Andrea	10567832093
21	Ordoñez Jesús, Bertha	10437809097
22	CORDOVA AGUIRRE, Saúl	10702456230
23	ALMONACIL ESPINOZA, Patricia	10456534542
24	SANDOVAL CRISPIN, Sebastián	10023465715

25	CORDOVA MEZARINA, Félix	10664961014
26	BETANCOUR FLORES, María	10013465129
27	SERRANO REYES, Epifanio	10722343603
28	SOLORZANO LAVADO, Vilma	10418765891
29	SOLORZANO LAVADO, Marleni	10230181518
30	LOPEZ BERAUN, Nelly	10437809094
31	MALPARTIDA SOTO, Alex	10125769808
32	ROMERO RIOS, Ángel	10322167602
33	SANCHEZ MARINO, Antonio	10132214500
34	CABRERA ALLPAS, Antonio	10987898955
35	CABRERA ALLPAS, Jesús	10246788898
36	VICENCIO HILARIO, Gustavo	10536782422
37	VICENCIO HILARIO, Betsy	10247689267
38	SALAZAR CORTES, Carmen	10836519781
39	SOTO TORIBIO, Bryan	10365472345
40	GARCIA GALLOSO, André	10235088212
41	VALLES LOPEZ, Diana	10347572384
42	CABELLO TOLENTINO, Elmer	10001034506
43	REYES INGA, Enrique	10200341266
44	CACERES ROJAS, Pedro	10598511148
45	LEON HUAMAN, Esteban	10243554002
46	TARAZONA CAMPOS, Frank	10987898812
47	QUITO EDUARDO, Jesús	10263726376
48	INGA LOPEZ, Dony	10123654007
49	CASTILLO HUAMAN, Víctor	10213241331
50	CASTILLO HUAMAN, Antonio	10764763483
51	SANTAMARIA ALVARADO, Katty	10235464764
52	SANTAMARIA BALTAZAR, Felipe	10098990131
53	AQUINO JUSTO, Jorge	10524354290
54	JUSTO ORTEGA, Alex José	10243421446

*Nota.* Información proporcionada por el presidente de la Asociación Copropietarios de la Galería Huallayco

### **3.3. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS**

#### **3.3.1. TÉCNICA**

Para esta tesis se efectuó la encuesta, ya que fue un medio por el que se presentó el instrumento de investigación. Por su parte Arias (2006) aborda que “es una técnica estratégica que puede ser oral o escrita que tiene como propósito recopilar información en un grupo o muestra determinada” (p.30).

### **3.3.2. INSTRUMENTO**

Para esta tesis se ejecutó el cuestionario, en la que se formuló preguntas según los indicadores orientados al problema de investigación, que permitieron ser importantes para alcanzar los objetivos del estudio. Hernández et al. (2014) aborda que el cuestionario “es donde se formula preguntas según las variables con la finalidad de medir frecuencias” (p.217)

### **3.4. TÉCNICAS PARA EL PROCEDIMIENTO Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN**

Para procesar la información y datos obtenidos de la muestra de estudio se utilizó la técnica de conteo de datos las cuales fueron ingresados en el sistema SPSS v26 en la que se consiguió tablas y figuras. Y la técnica para el análisis fueron los resultados estadísticos que se obtuvieron por el procesamiento de los datos, la cuales fueron interpretados y discutidos según el problema de la investigación.

# CAPÍTULO IV

## RESULTADOS

### 4.1. PROCESAMIENTO DE DATOS

#### 4.1.1. COSTO DE ADQUISICIÓN

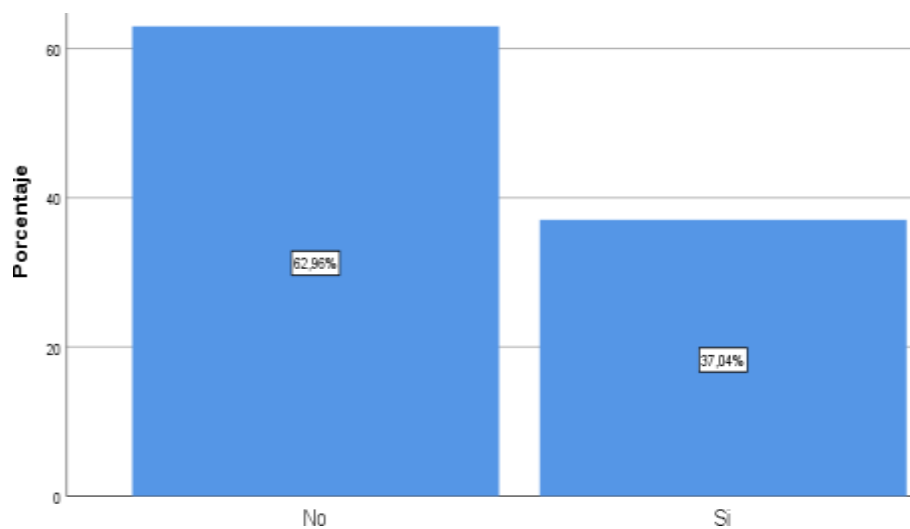
Tabla 3

*¿Utiliza registro de anotaciones para las existencias (mercaderías) compradas?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	No	34	62,96	62,96
	Si	20	37,04	37,04
Total		54	100,0	100,0

Figura 1

*¿Utiliza registro de anotaciones para las existencias (mercaderías) compradas?*



#### Interpretación

Al efectuar la pregunta: *¿Utiliza registro de anotaciones para las existencias (mercaderías) compradas?*, el 62.96% de los encuestados respondieron que “no” y el 37.04% manifestaron que “si”. Esto permite evidenciar que un gran porcentaje de microempresarios de la Galería Hullayco no efectúa anotaciones de sus mercaderías compradas, la cual es una debilidad identificada en la muestra de estudio, porque al no realizar el registro de sus compras de mercaderías no se estaría determinado razonablemente el costo de adquisición.

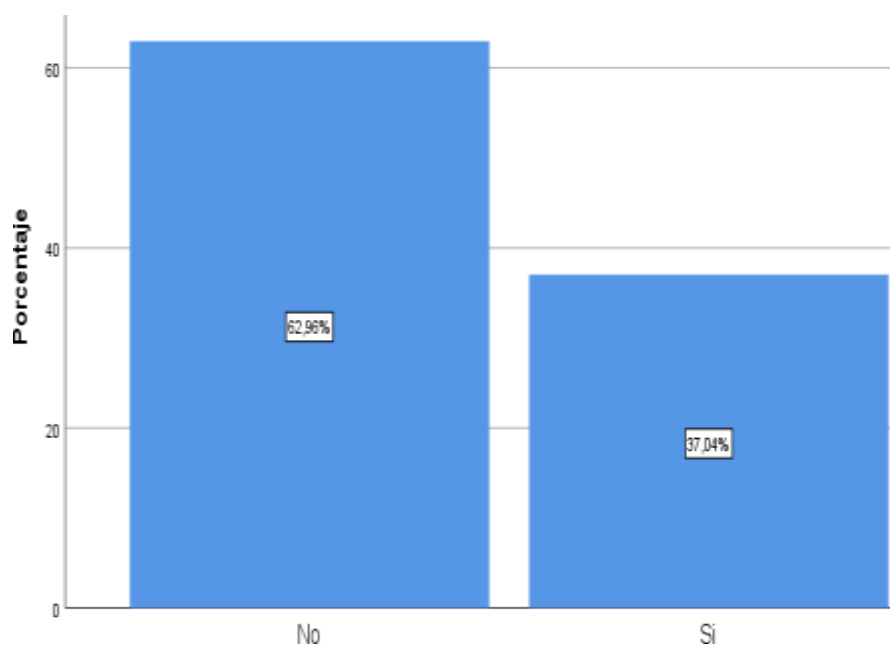
**Tabla 4**

*¿Se registra las mercaderías de manera separada según el tipo de artículos?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	No	34	62,96	62,96
	Si	20	37,04	37,04
	Total	54	100,0	100,0

**Figura 2**

*¿Se registra las mercaderías de manera separada según el tipo de artículos?*



### Interpretación

Al efectuar la pregunta: *¿Se registra las mercaderías de manera separada según el tipo de artículos?*, el 62.96% de los encuestados respondieron que “no” y el 37.04% manifestaron que “si”. Ante este resultado se puede observar una tendencia mayor desfavorable para el costo de adquisición, toda vez que los microempresarios de la Galería Huayallco, en su mayoría no están registrando sus adquisiciones según los artículos que compran; porque el registrar las mercaderías separadamente por artículo facilitaría determinar el costo de adquisición por cada uno de ellos, permitiéndoles con mayor facilidad calcular el valor de venta.

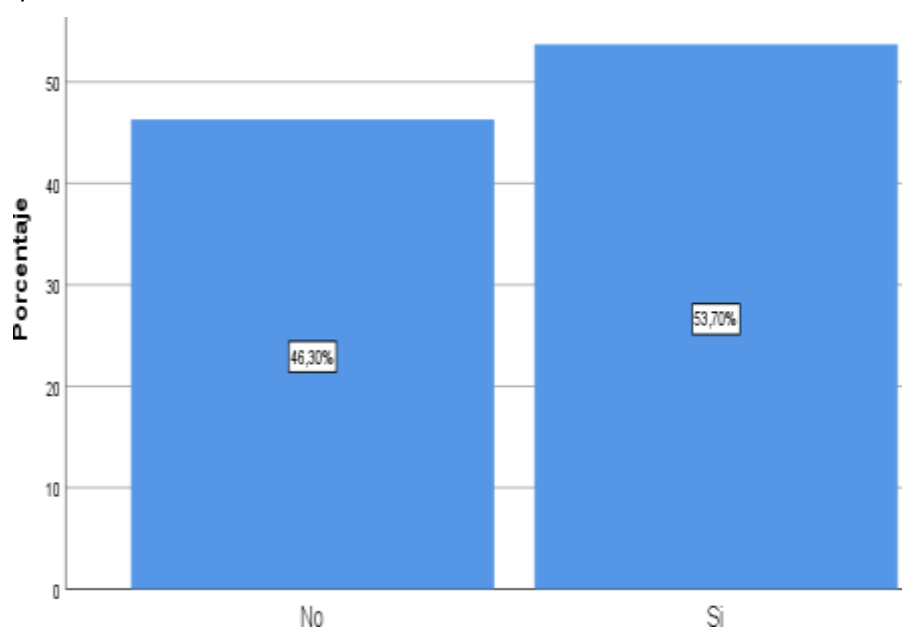
**Tabla 5**

*¿El transporte o flete par el traslado de las mercaderías es considerado como costo de la adquisición de mercaderías?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	No	25	46,30	46,30
	Si	29	53,70	53,70
Total		54	100,0	100,0

**Figura 3**

*¿El transporte o flete par el traslado de las mercaderías es considerado como costo de la adquisición de mercaderías?*



### Interpretación

Al efectuar la pregunta: *¿El transporte o flete par el traslado de las mercaderías es considerado como costo de la adquisición de mercaderías?*, el 53.70% de los encuestados respondieron que “si” y el 46.30% manifestaron que “no”. Ante estos resultados podemos ver que un su amorita de los microempresarios de la Galería Huayallco, estan considerando el transporte (que es utilizado para el traslado de mercaderías) como parte del costo de adquisición, la cual es correcto, pero la otra parte de los microempresarios no estan considerándolo de esa forma, porque indican que el transporte es un desembolso mínimo de dinero y no es muy relevante.

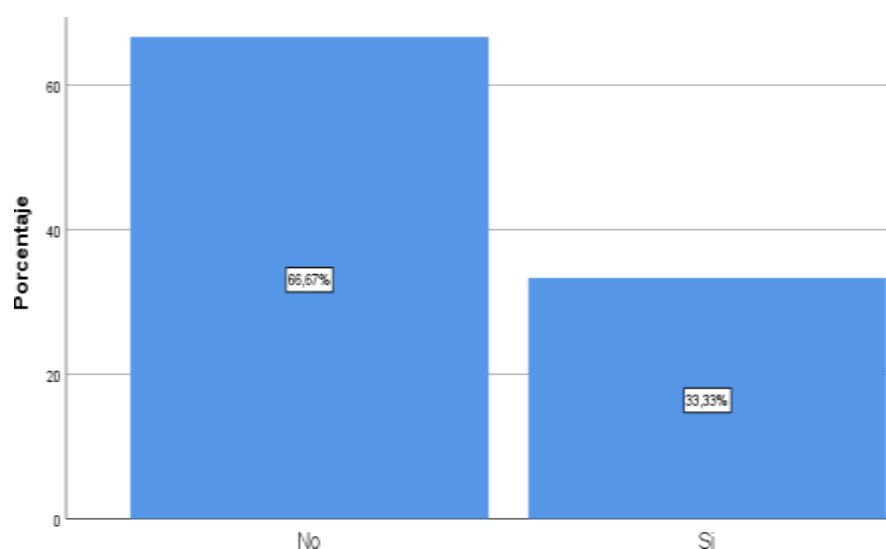
**Tabla 6**

*¿Los envases y embalajes de sus mercaderías son considerados como parte del costo de sus mercaderías?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	No	36	66,67	66,67
	Si	18	33,33	33,33
Total		54	100,0	100,0

**Figura 4**

*¿Los envases y embalajes de sus mercaderías son considerados como parte del costo de sus mercaderías?*



#### Interpretación

Al efectuar la pregunta: ¿Los envases y embalajes de sus mercaderías son considerados como parte del costo de sus mercaderías?, el 66.67% de los encuestados respondieron que “no” y el 33.33% manifestaron que “si”. Ante este resultado se puede identificar que en su mayoría los microempresarios de la Galería Hullayco no consideran el desembolso de recursos económicos por concepto de envases y embalajes de las mercaderías como parte del costo, la cual no sería lo correcto, ya que los envases y embalajes son necesario e indispensable para el desplazamiento seguro de los artículos

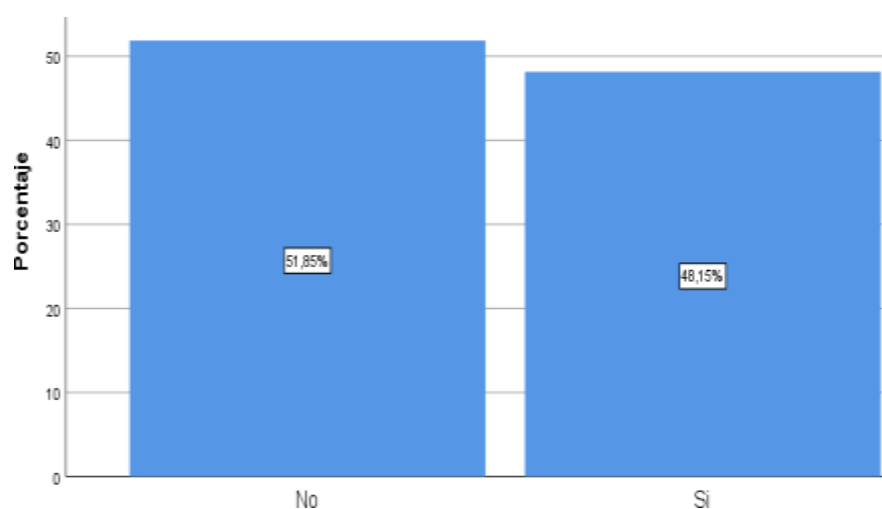
**Tabla 7**

*¿Los descuentos que recibe de sus proveedores son considerados para disminuir el costo de sus mercaderías?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	No	28	51,85	51,85
	Si	26	48,15	48,15
Total		54	100,0	100,0

**Figura 5**

*¿Los descuentos que recibe de sus proveedores son considerados para disminuir el costo de sus mercaderías?*



#### Interpretación

Al efectuar la pregunta: ¿Los descuentos que recibe de sus proveedores son considerados para disminuir el costo de sus mercaderías?, el 51.85% de los encuestados respondieron que “no” y el 48.15% manifestaron que “si”. Ante este resultado se puede evidenciar que en su mayoría de los microempresarios de la Galería Huallayco no consideran los descuentos de sus proveedores como parte de la deducción de sus costos de las mercaderías, indican que eso descuentos son utilizados para gastos de refrigerios en su personal que atiende entre otros conceptos; pero se puede ver que la otra parte de los microempresarios lo utilizan para deducir sus costos de adquisición.



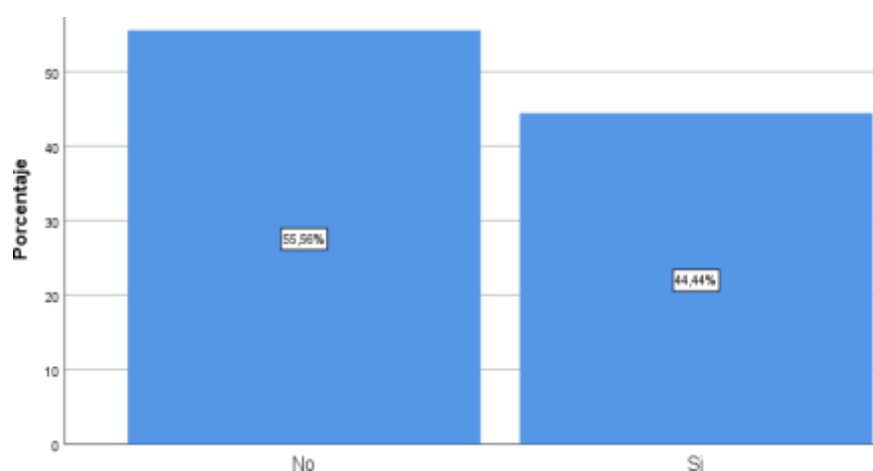
**Tabla 8**

*¿Las rebajas que recibe por sus proveedores son considerados para disminuir el valor de sus mercaderías?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	No	30	55,6	55,6
	Si	24	44,4	44,4
Total		54	100,0	100,0

**Figura 6**

*¿Las rebajas que recibe por sus proveedores son considerados para disminuir el valor de sus mercaderías?*



#### Interpretación

Al efectuar la pregunta: ¿Las rebajas que recibe por sus proveedores son considerados para disminuir el valor de sus mercaderías?, el 55.56% de los encuestados respondieron que “no” y el 44.44% manifestaron que “si”. En su gran mayoría de los microempresarios de la Galería Huallayco, no utilizan las rebajas por las compras de sus mercaderías para deducir el costo de adquisición, ya que mencionan que las rebajas son mínimas por parte de sus proveedores, pero lo utilizan cuando son rebajas de gran proporción; pero la otra parte de los microempresarios indican que, si lo utilizan para poder determinar el costo de sus mercaderías, pero también cuando las rebajas son de gran proporción.

#### 4.1.2. DETERMINACIÓN DE PRECIO DE VENTA

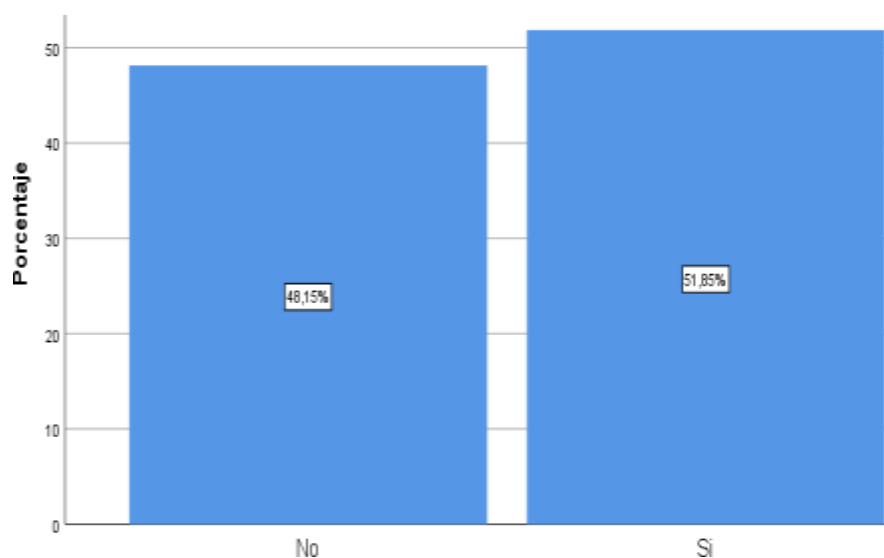
**Tabla 9**

*¿Utiliza su negocio la tarjeta de control físico de mercaderías (Kardex)*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	No	26	48,15	48,15
	Si	28	51,85	51,85
Total		54	100,0	100,0

**Figura 7**

*¿Utiliza su negocio la tarjeta de control físico de mercaderías (Kardex)*



#### Interpretación

Al efectuar la pregunta: ¿Utiliza su negocio la tarjeta de control físico de mercaderías (Kardex)?, el 51.85% de los encuestados respondieron que “si” y el 48.15% manifestaron que “no”. Se puede evidenciar que un poco más de la mitad de los microempresarios de la Galería Huallayco, hacen uso de la tarjeta Kardex para efectuar el control de sus mercaderías, cosa que es muy bueno, ya que esto permite no solamente controlar la entrada y salida de mercaderías, sino también facilita determinar e costo; pero la otra parte de los microempresarios no utilizan el Kardex ni otro registro que les permita registrar los movimientos de sus mercaderías.

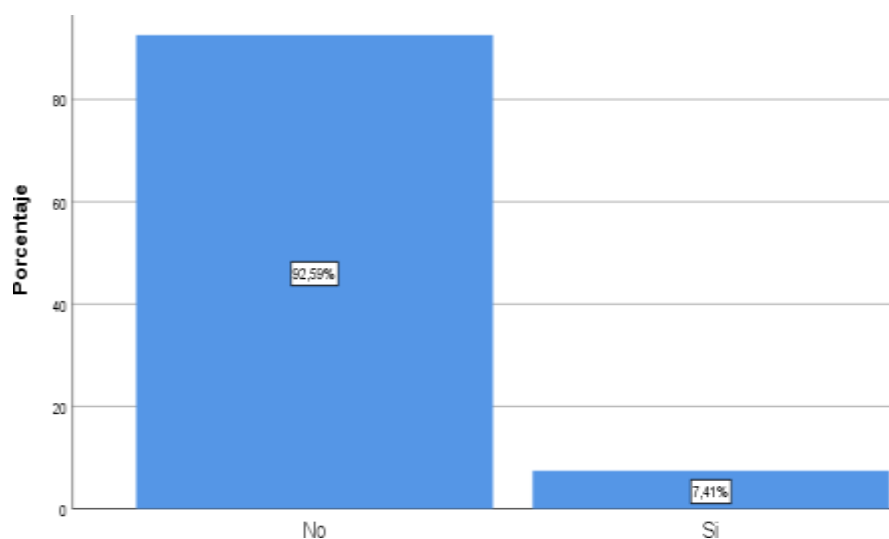
**Tabla 10**

*¿Ejecuta algún método de entrada y salida de sus mercaderías (PEPS o PROMEDIO)?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	No	50	92,59	92,59
	Si	4	7,41	7,41
	Total	54	100,0	100,0

**Figura 8**

*¿Ejecuta algún método de entrada y salida de sus mercaderías (PEPS o PROMEDIO)?*



### Interpretación

Al efectuar la pregunta: ¿Ejecuta algún método de entrada y salida de sus mercaderías (PEPS o PROMEDIO) ?, el 92.59% de los encuestados respondieron que “no” y el 7.41% manifestaron que “sí”. Se puede evidenciar que en su gran mayoría de los microempresarios de la Galería Huallayco, no utiliza ningún método de costeo para el movimiento de sus mercaderías, mucho menos el PEPS o PROMEDIO, los que utilizan la tarjeta Kardex solo hacen de manera simple registrando según las boletas y facturas de compras; y solo 4 microempresarios utilizan el método PROMEDIO porque son conocedores de ese método.

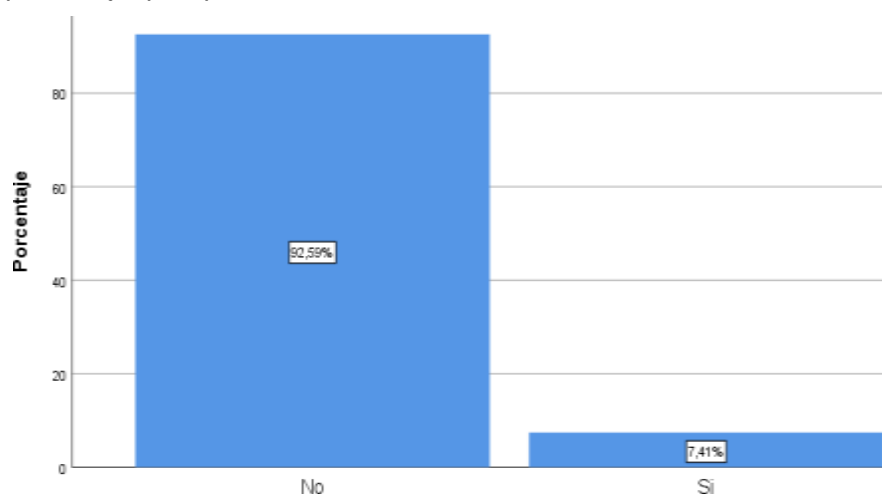
**Tabla 11**

*¿Cuenta con método de cálculo para determinar su margen de ganancia bruta? ¿Cuál es el porcentaje que aplica?*

		Frecuencia		Porcentaje	
					válido
Válido	No	50	92,59	92,59	
	Si	4	7,41	7,41	
	Total	54	100,0	100,0	

**Figura 9**

*¿Cuenta con método de cálculo para determinar su margen de ganancia bruta? ¿Cuál es el porcentaje que aplica?*



### Interpretación

Al efectuar la pregunta: ¿Cuenta con método de cálculo para determinar su margen de ganancia bruta? ¿Cuál es el porcentaje que aplica?, el 92.59% de los encuestados respondieron que “no” y el 7.41% manifestaron que “si”. Se puede evidenciar que en su gran mayoría de los microempresarios de la Galería Huallayco, no tiene un método apropiado para calcular y determinar el margen de ganancia bruta, la cual es preocupante, porque los microempresarios indican que solo es cuestión de sumar las compras de mercaderías e incluir algunos costos como alquiler de local y con ello obtiene el costo total para aplicar un 40 a 45% el margen de ganancia.

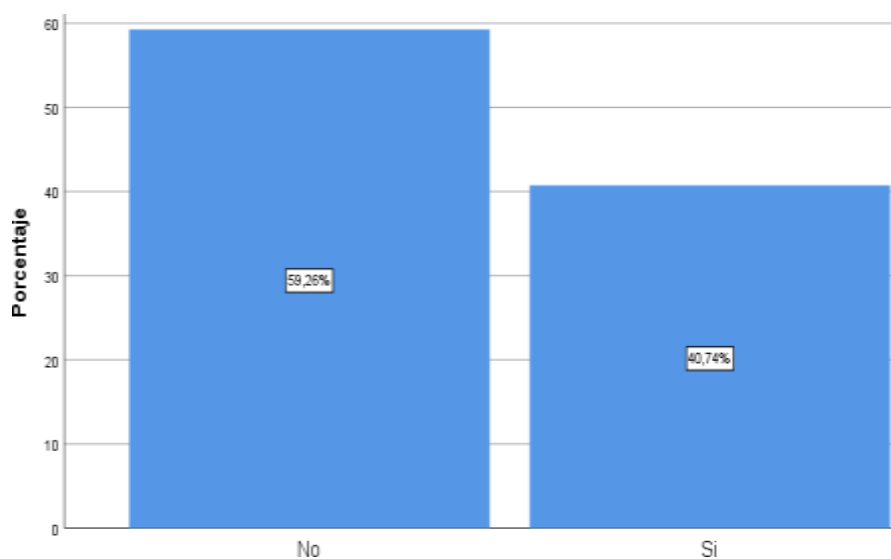
**Tabla 12**

*¿Conoce como obtener el margen de ganancia neta de sus ventas?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	No	32	59,26	59,26
	Si	22	40,74	40,74
	Total	54	100,0	100,0

**Figura 10**

*¿Conoce como obtener el margen de ganancia neta de sus ventas?*



### Interpretación

Al efectuar la pregunta: ¿Conoce como obtener el margen de ganancia neta de sus ventas?, el 59.26% de los encuestados respondieron que “no” y el 40.74% manifestaron que “si”. Se puede evidenciar que en su mayoría de los microempresarios de la Galería Huallayco conocen empíricamente el cálculo para obtener el margen de ganancia neta de sus ventas, ya que indican que es cuestión sumar las ventas totales de manera mensual para efectuar la deducción de gastos, tales como alquiler del puesto, servicios de energía y gastos de alimentos.

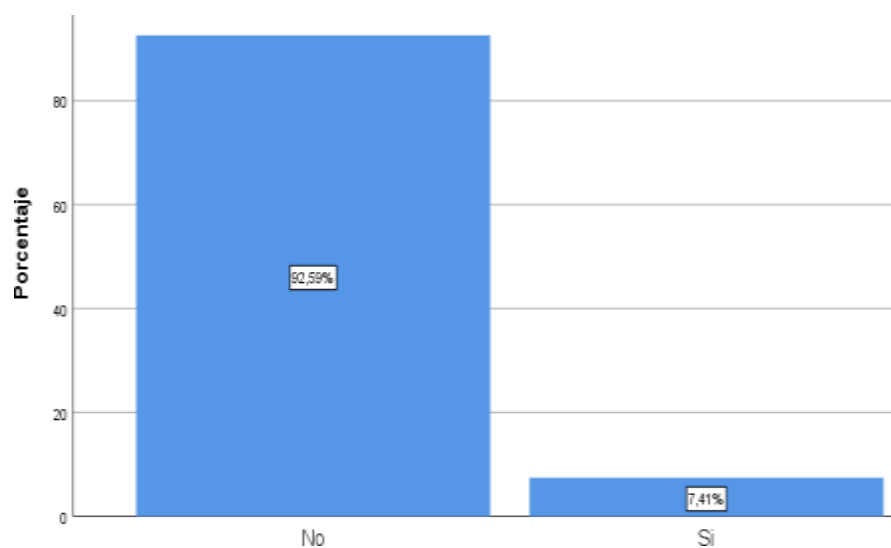
**Tabla 13**

*¿Efectúa registros de cuentas de sus ventas diarias para determinar la venta neta?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	No	50	92,59	92,59
	Si	4	7,41	7,41
	Total	54	100,0	100,0

**Figura 11**

*¿Efectúa registros de cuentas de sus ventas diarias para determinar la venta neta?*



### Interpretación

Al efectuar la pregunta: ¿Efectúa registros de cuentas de sus ventas diarias para determinar la venta neta?, el 92.59% de los encuestados respondieron que “no” y el 7.41% manifestaron que “si”. En estos resultados se puede evidenciar que en su gran mayoría de los microempresarios de la Galería Huallayco, no efectúan ningún registro contable de sus ventas, aunque no estén obligados a realizarlas, es necesario que los efectúen ya que esto permite determinar la venta neta; pero existen 4 empresarios que utilizan un cuaderno auxiliar para efectuar una contabilidad, aunque no con el plan contable general empresarial, pero si con una estructura que les permita calcular la venta neta diaria.

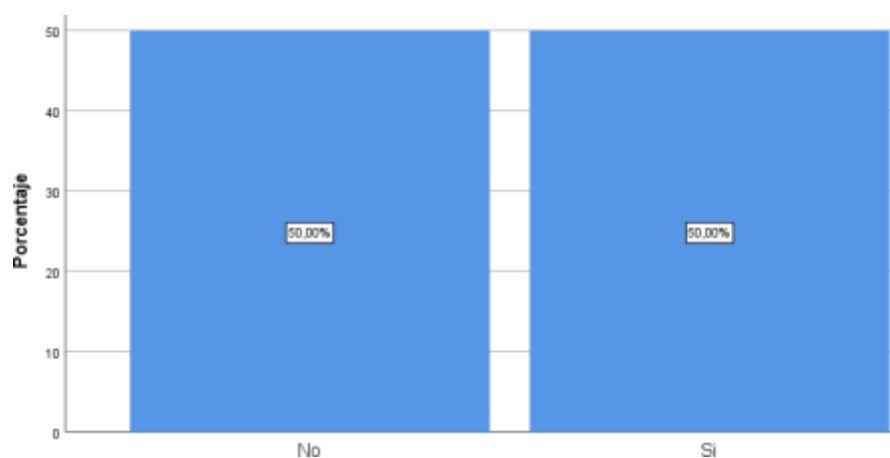
**Tabla 14**

*¿Efectúa acciones de control de sus mercaderías almacenado con el fin de calcular el precio unitario de las mercaderías?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	No	27	50,0	50,0
	Si	27	50,0	50,0
Total		54	100,0	100,0

**Figura 12**

*¿Efectúa acciones de control de sus mercaderías almacenado con el fin de calcular el precio unitario de las mercaderías?*



### Interpretación

Al efectuar la pregunta: *¿Efectúa acciones de control de sus mercaderías almacenado con el fin de calcular el precio unitario de las mercaderías?*, el 50% de los encuestados respondieron que “no” y la otra parte del 50% manifestaron que “si”. En estos resultados se puede evidenciar que en la mitad de los microempresarios de la Galería Huallayco efectúan acciones de control de sus mercaderías, la cual es bueno, ya que esto permite verificar las condiciones y el estado de sus mercaderías, así como verificar que los costos de sus mercaderías estén registrados correctamente; pero la otra parte no efectúa control de sus mercaderías ya que mencionan que no tiene la necesidad de hacerlo.

## 4.2. CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS

### 4.2.1. PRUEBA Y ANÁLISIS DE NORMALIDAD

Previo a la contrastación de las hipótesis, se ha efectuado el análisis de las variables con la finalidad de establecer el tipo de estadística a utilizar. De tal forma se efectúa la prueba de normalidad en base a los valores de cada variable, teniendo el siguiente resultado:

**Tabla 15**

*Prueba de normalidad*

	Pruebas de normalidad					
	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Costo de adquisición	,272	54	,000	,833	54	,000
Determinación del precio de venta	,203	54	,000	,934	54	,005

a. Corrección de significación de Lilliefors

*Nota.* Valores obtenida del instrumento de estudio

Siendo la muestra de estudio mayo a 50 sujetos, se escogió la prueba de normalidad según Kolmogorov-Smirnov, en la que se evidencia que tanto la variable “costo de adquisición” y la variable “determinación del precio de venta” su significancia es de  $0,000 < 0,05$ . En tal sentido, se puede indicar que las variables de estudio en esta investigación de paramétricas, porque su significancia es inferior al valor de 0,05 (significancia estándar para las ciencias sociales). Hernández et al. (2014) sostiene que las variables con varianza homogénea son de análisis paramétricas, ya que su distribución poblacional es normal y se encuentran dentro de la significancia estándar, y para probar estos tipos de valores se efectúa utilizando el coeficiente de correlación de Pearson.

Por tanto, en la investigación se ejecutó la fórmula de coeficiente de correlación de Pearson:



$$r_{xy} = \frac{N(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[N(\sum x^2) - (\sum x)^2][N(\sum y^2) - (\sum y)^2]}}$$

Donde:

x = Costo de adquisición

y = Determinación del precio de

venta rx.y= relación de las variables.

N = Número de encuestados

El coeficiente obtenido de esta fórmula fue interpretado de acuerdo con la tabla siguiente:

**Tabla 16**

*Nivel de correlación según Pearson*

---

-0.90	=	Correlación negativa muy fuerte
-0.75	=	Correlación negativa considerable
-0.50	=	Correlación negativa media
-0.25	=	Correlación negativa débil
-0.10	=	Correlación negativa muy débil
0.00	=	No existe correlación alguna entre las variables
+0.10	=	Correlación positiva muy débil
+0.25	=	Correlación positiva débil
+0.50	=	Correlación positiva media
+0.75	=	Correlación positiva considerable
+0.90	=	Correlación positiva muy fuerte
+1.00	=	Correlación positiva perfecta ("A mayor X, mayor Y" o "a menor X, menor Y" de manera proporcional. Cada vez que X aumenta, Y aumenta siempre una cantidad constante)

---

*Notas.* extraída de libro de (Hernández et al., 2014)

#### **4.2.2. CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS GENERAL**

Con el fin de efectuar la comprobación de la hipótesis general se formuló el enunciado siguiente:

Ha. Los costos de adquisición de mercaderías son importantes para determinar el precio de venta en la Asociación copropietarios de la

## Galería Huallayco, Huánuco 2023

H0. Los costos de adquisición de mercaderías no son importantes para determinar el precio de venta en la Asociación copropietarios de la Galería Huallayco, Huánuco 2023

**Tabla 17**

*Nivel de relación entre costos de adquisición y determinación del precio de venta*

		Costo de adquisición	Determinación del precio de venta
Costo de adquisición	Correlación de Pearson	1	,652**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	54	54
Determinación del precio de venta	Correlación de Pearson	,652**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	54	54

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

*Nota.* Valores obtenidos a través del instrumento de estudio

### Interpretación

Se puede observar en estos resultados que expone la tabla 17 un valor de 0,652 el cual permite indicar la existencia de correlación positiva media entre “costo de adquisición” y “determinación de precio de venta”; por lo que se afirma que el costo de adquisición es importante para determinar el precio de ventas de las mercaderías en un nivel de significancia de 0,000 inferior al 0,005. Aceptándose de esta forma la hipótesis alterna y rechazando la hipótesis nula.

### 4.2.3. CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS ESPECÍFICOS

Con el propósito de realizar la contrastación de las hipótesis específicas se efectuó el enunciado siguiente:

Ha. El precio de compra de mercaderías es importante para determinar el precio de venta en la Asociación copropietarios de la Galería Huallayco, Huánuco 2023

H0. El precio de compra de mercaderías no es importante para determinar el precio de venta en la Asociación copropietarios de la Galería Huallayco, Huánuco 2023

**Tabla 18**

*Nivel de relación entre precio de compra de mercaderías y determinación del precio de venta*

		Precio de compra de mercaderías	de Determinación del precio de venta
Precio de compra de mercaderías	Correlación de Pearson	1	,456**
	Sig. (bilateral)		,001
	N	54	54
Determinación del precio de venta	Correlación de Pearson	,456**	1
	Sig. (bilateral)	,001	
	N	54	54

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral)

*Nota.* Valores obtenidos a través del instrumento de estudio

### Interpretación

Se puede observar en estos resultados que expone la tabla 18 un valor de 0,456 el cual permite indicar la existencia de correlación positiva débil entre “precio de compra de mercaderías” y “determinación de precio de venta”; por lo que se afirma que el precio de compra es importante para determinar el precio de ventas de las mercaderías en un nivel de significancia de 0,001 inferior al 0,005. Aceptándose de esta manera la hipótesis alterna, y rechazando la hipótesis nula.

Ha. Los costos vinculados de las compras de mercaderías son importantes para determinar el precio de venta en la Asociación copropietarios de la Galería Huallayco, Huánuco 2023

H0. Los costos vinculados de las compras de mercaderías no son importantes para determinar el precio de venta en la Asociación copropietarios de la Galería Huallayco, Huánuco 2023

**Tabla 19**

*Nivel de relación entre costo vinculado a las compras de mercaderías y determinación del precio de venta*

		Costo vinculado a las compras de mercaderías	Determinación del precio de venta
Costo vinculado a las compras de mercaderías	Correlación de Pearson	1	,458**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	54	54
Determinación del precio de venta	Correlación de Pearson	,458**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	54	54

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

*Nota. Valores obtenidos a través del instrumento de estudio*

### Interpretación

Se puede observar en estos resultados que expone la tabla 19 un valor de 0,458 el cual permite indicar la existencia de correlación positiva débil entre “Costo vinculado a las compras de mercaderías” y “determinación de precio de venta”; por lo que se afirma que el costo vinculado a las compras es importante para determinar el precio de ventas de las mercaderías en un nivel de significancia de 0,000 inferior al 0,005. Aceptándose de esta manera la hipótesis alterna, y rechazando la hipótesis nula.

Ha. Los descuentos de las compras de mercaderías son importantes para determinar el precio de venta en la Asociación copropietarios de la Galería Huallayco, Huánuco 2023

H0. Los descuentos de las compras de mercaderías no son importantes para determinar el precio de venta en la Asociación copropietarios de la Galería Huallayco, Huánuco 2023

**Tabla 20**

*Nivel de relación entre descuento de las compras de mercaderías y determinación del precio de venta*

		Descuentos de las compras de mercaderías	Determinación del precio de venta
Descuentos de las compras de mercaderías	Correlación de Pearson	1	,505**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	54	54
Determinación del precio de venta	Correlación de Pearson	,505**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	54	54

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

*Nota.* Valores obtenidos a través del instrumento de estudio

### Interpretación

Se puede observar en estos resultados que expone la tabla 19 un valor de 0,505 el cual permite indicar la existencia de correlación positiva media entre “Descuentos de las compras de mercaderías” y “determinación de precio de venta”; por lo que se afirma que los descuentos de las compras es importante para determinar el precio de ventas de las mercaderías en un nivel de significancia de 0,000 inferior al 0,005. Aceptándose de esta manera la hipótesis alterna, y rechazando la hipótesis nula

## CAPÍTULO V

### DISCUSIÓN DE RESULTADOS

#### 5.1. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Con referente al resultado de la contrastación de la hipótesis general, se ha logrado obtener un valor de 0,652 (tabla 17) en la que se evidencia una correlación positiva media entre “costo de adquisición” y “determinación de precio de venta” en el nivel de significancia de 0,000 permitiendo indicar que el costo de adquisición es importante para determinar el precio de venta de mercaderías, pero que en la muestra de estudio no se está reconociendo los elementos del costo de adquisición de la manera correcta, lo cual perjudica al momento de la determinación de sus mercaderías para su venta, que además no aplican ningún método para determinar el precio de venta, solo efectúan de manera básica entre sumar y restar. Tal afirmación es discutida con la tesis de Acosta (2022) “Los costos de producción y la fijación de los precios de venta en Carrocerías Santa Cruz”, afirma que el costo de adquisición es una cantidad determinada del proceso de producción que se contabiliza de manera detallada y correcta, reconociendo los elementos vinculados con el costo de adquisición para que de esta manera se pueda calcular o fijar el precio de venta. Pero en la empresa donde efectúa su investigación evidencio que no cuenta con un sistema de costo efectivo de producción, ya que se obvia muchos elementos que deberían ser reconocidos como parte del costo; como las depreciaciones, mantenimiento de maquinarias, servicios básicos entre otros elementos que están vinculadas de manera indirecta al proceso productivo, esto la trae pérdidas a la empresa. Por su parte Escobar (2021) en su tesis indica que al contar con un diseño de costeo comercial o productivo permite fijar el precio de venta de manera razonable y competitivo sin causar alteración en el mercado, es así como el costo de producción y adquisición se vincula directamente con la fijación de precios. Tal es así que en su mayoría de los microempresarios de la Galería Huallayco, no utiliza registro de sus mercaderías adquiridas, lo cual imposibilita que se determine de manera razonable el costo real de las mercaderías, como se observa en la tabla 3, más del 62.96% no efectúa las anotaciones de sus existencias. Así como

también no todos utilizan la tarjeta de control físico de sus mercaderías, aunque la mayoría lo utiliza pero de manera empírica, es decir un registro simple sin ejecutar un método de costeo de las mercaderías (tabla 9 y 10) , y para empeorar no cuentan con un método de cálculo para fijar el margen de ganancia, toda vez que el 92.59% (tabla 11) manifestaron que el cálculo para incluir el margen de ganancia es solo cuestión de sumar las compras de mercaderías e incluir algunos costos como alquiler de local y con ello obtiene el costo total para aplicar un 40 a 45% el margen de ganancia, esto no es efectuado con técnicas contables que podría estar afectando la determinación del precio de venta, existiendo variación de precio de venta entre los microempresarios.

Con referente al resultado de la contrastación de la hipótesis específica 1, se ha logrado obtener un valor de 0,456 (tabla 18) en la que se evidencia una correlación positiva débil entre “precio de compra de mercaderías” y “determinación de precio de venta” en el nivel de significancia de 0,000 permitiendo indicar que el precio de compra de las mercaderías es importante para determinar el precio de venta, cuyo resultado y afirmación es discutida con la tesis de Huamán y Solórzano (2019) quien afirma que el precio de compra de las mercaderías están vinculadas directamente con la fijación de precios de venta porque es el elemento principal que se atribuye al costo de adquisición para determinar el precio para vender las mercaderías; sin embargo en la empresa DIMACER SAC donde los tesisistas efectuaron el estudio más del 88% de sus compras no garantizan calidad en sus precios, no se registran adecuadamente las mercaderías compradas, no se identifican su valor de cada uno de ellos, sino que se calculan por lotes y paquetes, la cual imposibilita el cálculo razonable del precio de venta por mercadería o artículo. Por su parte la tesis de Garcés (2020) indica que uno de los elementos del costo de producción es el precio de materia primas, que si estos están bien registrados según el precio real, y según su costo permitirán ser confiables al momento de determinar el precio de venta de los productos; y en la empresa en donde efectuó su estudio Avícola “Los Andes”, están contabilización de manera correcta el precio de las compras, y permitiendo observar que la avícola ofrece sus productos a un precio muy competitivo en

el mercado, ya que su costo unitario es de 0,05 centavos, con una utilidad del 30%, por lo que el precio de venta es de 0,07 centavo. Cosa que se adolece en la Galería Huallayco, ya que se identificó que en su mayoría de los microempresarios no tienen registros y anotaciones del precio de sus mercaderías en un 62.96% como se observa en la tabla 3, y para empeorar en la tabla 4 el 62.96% de los microempresarios de la Galería Huallayco no registran sus mercaderías de manera separada según tipo de artículos, la cual es una dificultad que perjudica al momento de determinar el precio de venta de las mercaderías.

Con referente al resultado de la contrastación de la hipótesis específica 2, se ha logrado obtener un valor de 0,458 (tabla 19) en la que se evidencia una correlación positiva débil entre “Costo vinculado a las compras de mercaderías” y “determinación de precio de venta” en el nivel de significancia de 0,000 permitiendo indicar que los costos vinculados a las compras son elementos importantes para determinar el precio de venta, porque al obviarlos se estaría perjudicando al margen de ganancia y por ende el precio de venta tendría efectos desfavorables para la empresa. La tesis de Huamán y Solórzano (2019) afirma que en la empresa donde realizó su investigación evidencio que los costos vinculados con las compras de mercaderías se estan obviando para calcular el costo de adquisición, tal es así como los servicios de transporte que en realidad no se le integra como parte del costo; así como los servicios de estibadores que se contratan para descargar las mercaderías llegadas a la jurisdicción de la empresa, esto desembolsos lo consideran como gasto; se desembolsa además por flete, para lo cual se entrega dinero para su posterior rendición, la cual no es controlado evidenciando altas cantidades de desembolso de dinero por ello, ninguno de estos elementos indicados son incluidos al costo de adquisición de las mercaderías. Por su parte Alvino (2022) confirma que este suceso ocurre porque la empresa no tiene un sistema de costos que les permita reconocer los costos vinculadas con las compras ya sean de materiales o existencia, dificultando a la información fidedigna del total de costos y perjudicando a la inversión de la empresa. Y esto es una realidad que está sucediendo en la Galería Huallayco, toda vez que más del 46.30% de los microempresarios no reconocen el



transporte y flete que son utilizado para el traslado de las mercaderías como parte del costo de adquisición (tabla 5) y mencionan que el transporte es un desembolso mínimo de dinero y no es muy relevante para su contabilización en el costo de adquisición. De la misma manera más del 66.67% de los microempresarios de la Galería Huallayco, no consideran al desembolso de recursos por concepto de envases y embalajes como parte del del costo de adquisición, esto perjudica de manera negativa no solamente para determinar el precio de venta sino a su rentabilidad, ya que muchos para compensar esos costos obviados incrementan sus precios, la cual perjudica su normal venta.

Con referente al resultado de la contrastación de la hipótesis específica 3, se ha logrado obtener un valor de 0,505 (tabla 20) en la que se evidencia una correlación positiva media entre “descuento de las compras de mercaderías” y “determinación de precio de venta” en el nivel de significancia de 0,000 permitiendo indicar que los descuentos obtenidos por las compras de mercaderías es un elementos importantes para determinar el precio de venta, ya que al no considerarlas no tendríamos calculado razonablemente el costo de adquisición. En la tesis de Huamán y Solórzano (2019) concluyen que en la empresa donde efectuaron su investigación (empresa comercial Dimacer Sac) no consideran a los descuentos por la compra de sus mercaderías, sino que lo consideran como otros ingreso en el estado de resultados, la cual es un error que perjudica a la empresa; se evidencia que lo hacen porque no pueden identificar en que mercadería se está efectuando el descuento, llegando a entender que la empresa no cuenta con registros de control por mercaderías y un registro de descuentos para identificar fácilmente. Por su parte el párrafo 11 NIC 2 (2021) indica que para determinar el costo de adquisición los descuentos y rebajas de precios de mercaderías se deben considerar para deducir el costo de adquisición. Medina et al. (2017) los descuentos en las compras tienen la finalidad de descontar el importe total de la factura, las cuales se dan por el volumen y cantidad de compra; así como también por el pronto pago, pero esto debe ser registrado en la contabilidad. Realidad que no se efectúa en la Galería Huallayco, toda vez que el 51.86% (tabla 7) de los microempresarios no consideran los descuentos obtenidos de sus proveedores por las compras de

mercaderías para efectuar la deducción del costo, estos descuentos no son registrados en ningún de sus anotaciones, indican que estos descuentos lo utilizan para gastos de refrigerios, la cual es problema que se viene efectuando para sus negocios. En la tabla 8 más del 55.56% de los microempresarios de la Galería Huallayco, no utilizan las rebajas por las compras de sus mercaderías para deducir el costo de adquisición, no lo hacen porque estas rebajas son por tipo de mercaderías mas no por el total, y les es difícil determinarla cuanto fue el importe de la rebaja, la cual es una debilidad que perjudica al momento de la determinación del precio de venta.

## CONCLUSIONES

1. Se concluye que entre “costo de adquisición” y “determinación de precio de venta” existe una correlación positiva media en un valor de 0,652 (tabla 17), toda vez que el costo de adquisición es importante para determinar el precio de venta de las mercaderías en la Asociación Copropietarios de la Galería Huallayco que en realidad se evidencio debilidades tales como: no utilizan registros para efectuar las anotaciones de sus mercaderías adquiridas dificultando el cálculo de sus costos (tabla 3), la mayor parte no utilizan la tarjeta Kardex aunque no estén obligados a llevar libro contables, pero es necesario el uso de esta tarjeta para efectuar el control de sus mercaderías (tabla 9 y 10) utilizan un registro simple empírico que muchas veces son extraviados dificultando para obtener el costo real de las mercaderías, y por ende dificultando para determinar el precio de venta.
2. Se concluye que entre “precio de compra de mercaderías” y “determinación de precio de venta” existe una correlación positiva débil en un valor de 0,456 (tabla 18), toda vez que el precio de compra es un elemento principal para determinar el precio de venta de las mercaderías en la Asociación Copropietarios de la Galería Huallayco, que en realidad se evidencio debilidades con respecto a esto, tales como: más del 62.96% (tabla 3) de estos negocios no tienen registros y anotaciones del precio de sus mercaderías; así como más del 62.96% (tabla 4) no registran sus mercaderías de manera separada según tipo de artículos, y no lleva en orden sus registros de las compras de sus mercaderías, perjudicando de manera negativa al momento de determinar el precio de venta.
3. Se concluye que entre “Costo vinculado a las compras de mercaderías” y “determinación de precio de venta” existe una correlación positiva débil en un valor de 0,458 (tabla 19), toda vez que los costos que estan vinculados con las compras deben ser consideradas en el costo de adquisición las cuales son importantes para determinar el precio de venta en la Asociación Copropietarios de la Galería Huallayco, que en realidad

no se está efectuando en estos negocios, se evidencian serios problemas tales como: más del 46.30% (tabla 5) de estos negocios no reconocen el servicio de transporte de traslado de la mercaderías como parte del costo, sino que lo envían a gasto; así como el 66.67% (tabla 6) de estos negocios no consideran los desembolsos por concepto de envases y embalajes como parte del costo, lo cual está perjudicando negativamente al momento de la determinación del precio de ventas de sus mercaderías.

4. Se concluye que entre “descuento de las compras de mercaderías” y “determinación de precio de venta”, existe correlación positiva media en un valor de 0,505 (tabla 20), toda vez que los descuentos por las compras de mercaderías deben ser incluidas como parte de la deducción del costo para determinar el precio de venta en la Asociación Copropietarios de la Galería Huallayco, cosa que no se hace en esta galería, ya que se evidencian que: más del 51.86% (tabla 7) de los microempresarios los descuentos que reciben de sus proveedores lo destinan a gastos de refrigerios, mas no lo utilizan para deducir el costo de sus mercaderías; así como también más del 55.56% (tabla 8) no utilizan las rebajas de las compras, por ende el precio de venta anunciado en el mercado no está correcta ni razonablemente efectuada.

## RECOMENDACIONES

1. Se recomienda a los microempresarios de la Asociación Copropietarios de la Galería Huallayco implementar la tarjeta Kardex y capacitarse para su utilización con el fin de registrar detalladamente los costos y movimientos de las mercaderías, de tal manera puedan ser controlables y fáciles al momento de determinar el precio de venta de sus mercaderías.
2. Se recomienda a los microempresarios de la Asociación Copropietarios de la Galería Huallayco, que cada vez que efectúen compras de mercaderías automáticamente deben registrar o anotar en un cuaderno auxiliar la fecha, las cantidades, el precio, tipo de artículos, y los comprobantes de pago de las compras, con el fin de poder identificar fácilmente el precio exacto de las mercaderías por cada compra, y poder fácilmente determinar el precio de venta. Por compra.
3. Se recomienda a los microempresarios de la Asociación Copropietarios de la Galería Huallayco, integrar los desembolsos económicos del servicio de transporte, así como de los envases y embalajes que son necesarios para traslado de las mercaderías al costo de adquisición, para proceder calcular o determinar el precio de venta de las mercaderías.
4. Se recomienda a los microempresarios de la Asociación Copropietarios de la Galería Huallayco, integrar los descuentos de las compras de mercaderías, para la respectiva deducción al costo de adquisición antes de la determinación del precio de venta; y con respecto a las rebajas recibidas por algunas mercaderías o artículos, se recomienda registrarlas y calcularlas de manera detallada en un registro auxiliar, con la finalidad de efectuar la deducción del costo de adquisición para determinar el precio de venta.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acosta, S. (2022). *Los costos de producción y la fijación de los precios de venta en Carrocerías Santa Cruz*. [Tesis de pregrado, Universidad Técnica de Ambato]. Repositorio institucional UTA. <https://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/34620>.
- Álvaro, H. (2017). *Contabilidad de Costos I*. Universidad Continental. [https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/4256/1/D\\_O\\_FCE\\_319\\_MAI\\_UC0131\\_2018.pdf](https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/4256/1/D_O_FCE_319_MAI_UC0131_2018.pdf).
- Alvino, D. (2022). *Costos de producción y rentabilidad de la panadería y pastelería grupo San Carlos; Huánuco 2021*. [Tesis de pregrado, Universidad de Huánuco]. Repositorio institucional. UDH. <http://repositorio.udh.edu.pe/handle/123456789/3377>.
- Arias, F. (2006). *Introducción a la metodología científica*. Editorial Episteme, 5ta Edición. [https://books.google.co.ve/books?id=y\\_743ktfK2sC&printsec=frontcover&source=gbs\\_ge\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=false](https://books.google.co.ve/books?id=y_743ktfK2sC&printsec=frontcover&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false).
- Bernardo, C., Morales, H. y Condezo, O. (2020). *El costo de producción y la determinación de precios de las empresas metalmecánica en la Provincia de Huánuco – año 2018*. [Tesis de pregrado, Universidad Nacional Hermilio Valdizan]. Repositorio Institucional UNHEVAL. <https://repositorio.unheval.edu.pe/handle/20.500.13080/6603>.
- Carrasco, D. (2006). *Metodología de la investigación Científica*. Biblioteca Nacional del Perú. [https://www.academia.edu/26909781/Metodologia\\_de\\_La\\_Investigacion\\_Cientifica\\_Carrasco\\_Diaz\\_1\\_](https://www.academia.edu/26909781/Metodologia_de_La_Investigacion_Cientifica_Carrasco_Diaz_1_).
- CEPAL. (2023). *Perspectivas del Comercio Internacional de América Latina y el Caribe 2022: el desafío de dinamizar las exportaciones manufactureras*. Editorial CEPAL. <https://www.cepal.org/es/publicaciones/48650-perspectivas-comercio-internacional-america-latina-caribe-2022-desafio-dinamizar>.

- Chipana, B. (2023). *Sistema de costos por procesos y su incidencia en la toma de decisiones en la empresa Consorcio Puente Auvernia San Ramón 2022*. [Tesis de pregrado, Universidad de Huánuco]. Repositorio institucional UDH. <http://repositorio.udh.edu.pe/handle/20.500.14257/4275>.
- Díaz, C. (2017). *Gestión de la cadena de abastecimiento*. Fondo editorial Areandino. <https://core.ac.uk/download/pdf/326426087.pdf>.
- Escobar, P. (2021). *Sistema de costeo por procesos y la fijación de precios de venta por costo plus en la producción de calzado de la empresa "Gus Mar" del cantón Cevallos, provincia de Tungurahua*. [Tesis de pregrado, Universidad Técnica de Ambato]. Repositorio institucional UTA. <https://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/32040>.
- Estevadeordal, A. (2017). Un análisis detallado de los costos del comercio en las Américas. *Institución Brookings*. [https://www.brookings.edu/wp-content/uploads/2017/03/global\\_20170306\\_trade-costs-es.pdf](https://www.brookings.edu/wp-content/uploads/2017/03/global_20170306_trade-costs-es.pdf).
- Garcés, G. (2020). *Los costos de producción y la fijación del precio de venta de la Avícola "Los Andes" ubicada en el cantón Patate*. [Tesis de pregrado, Universidad Técnica de Ambato]. Repositorio institucional UTA. <https://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/31358>.
- Gonzales, B. (2022). *Los costos comerciales y la rentabilidad en las empresas del sector comercial*. [Tesis de pregrado, Universidad Nacional del Callao]. Repositorio institucional UNC. <http://repositorio.unac.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12952/6954/TE%20SIS%20-%20ROCIO%20DEL%20PILAR%20GONZALES%20BAQUERO%20Y%20LUIS%20FELIPE%20ALONSO%20RAMIREZ%20SARMIENTO.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.
- Hernández, S., Fernández, C. y Baptista, L. (2014). *Metodología de investigación*. Cámara Nacional de la Industria Editorial mexicana. <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>.
- Huamán, F. y Solórzano, R. (2019). *El costo de adquisición de la mercadería*

y su efecto en el estado de resultados de la empresa comercial Dimacer S. A. C. en el periodo 2017. [[Tesis de pregrado, Universidad Tecnológica del Perú]. Repositorio institucional, UTP. <https://repositorio.utp.edu.pe/handle/20.500.12867/2214>.

INEI. (2023). *Demonografía Empresarial en el Perú*. Portal INEI. <https://m.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/boletin-demografia-empresarial-i-trimestre-2023.pdf>.

Lazo, P. (2013). *Contabilidad de los costos I*. Universidad Peruana Unión. <https://ccpayacucho.org.pe/portal/wp-content/uploads/2021/06/1.-Costos-I-CPC-Merlin-Lazo-Palacios.pdf>.

Loaiza, L. (2019). *Costos de producción de madera aserrada y determinación del precio de venta en la maderera y multiservicios Shalom EIRL del distrito de Andahuaylillas, provincia de Quispicanchi, Cusco, periodo 2018*. [Tesis de pregrado, Universidad Andina del Cusco]. Repositorio institucional UAC. <https://repositorio.uandina.edu.pe/handle/20.500.12557/3053>.

Marulanda, C. (2009). *Costos y presupuestos*. ECACEN. <https://www.upg.mx/wp-content/uploads/2015/10/LIBRO-44-Curso-costos-y-presupuestos.pdf>.

Medina, S., Lucero, B., Luparia, Z. y Pérez, M. (2017). *Costo para la gestión*. Editorial EdUNLPam. <https://www.unlpam.edu.ar/images/extension/edunlpam/QuedateEnCasa/costos-para-la-gesti%C3%B3n.pdf>.

NIC 2. (2021). *Normas Internacionales de Contabilidad 2: Inventarios*. Portal MEF. [https://www.mef.gob.pe/contenidos/conta\\_public/con\\_nor\\_co/nic/ES\\_GVT\\_2021\\_NIC02.pdf](https://www.mef.gob.pe/contenidos/conta_public/con_nor_co/nic/ES_GVT_2021_NIC02.pdf).

Ortiz, G. (2015). *Introducción a los costos I*. Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

Quezada, L. (2019). *Metodología de la investigación*. Empresa Editora Macro EIRL. <https://ebooks.editorialmacro.com/reader/metodologia-de-la->



investigacion-1?location=2.

Ramírez, M., García, B. y Pantoja, A. (2010). *Fundamentos y técnicas de costos*. Editorial Universidad Libre.

[https://www.unilibre.edu.co/cartagena/pdf/investigacion/libros/ceac/FUNDAMENTOS\\_Y\\_TECNICAS%20DE%20COSTO.pdf](https://www.unilibre.edu.co/cartagena/pdf/investigacion/libros/ceac/FUNDAMENTOS_Y_TECNICAS%20DE%20COSTO.pdf).

Real Academia Española. (2001). *Diccionario de la lengua española*. DRAE. <https://www.rae.es/drae2001/flete>.

Reveles, L. (2004). *Costos I*. Universidad de Guadalajara.

[https://www.cucea.udg.mx/include/publicaciones\\_drupal/pdfs/costos1.pdf](https://www.cucea.udg.mx/include/publicaciones_drupal/pdfs/costos1.pdf).

Rojas, M. (2007). *Sistemas de costos: un proceso para su implementación*. Universidad Nacional de Colombia Sede Manizales.

[http://www.fadmon.unal.edu.co/fileadmin/user\\_upload/investigacion/centro\\_editorial/libros/sistemas\\_de\\_costos\\_un\\_proceso\\_para\\_su\\_implementation.pdf](http://www.fadmon.unal.edu.co/fileadmin/user_upload/investigacion/centro_editorial/libros/sistemas_de_costos_un_proceso_para_su_implementation.pdf).

Van, H. y Wachowicz, J. (2010). *Fundamentos de la Administración financiera*. Pearson Educación.

<https://fad.unsa.edu.pe/bancayseguros/wp-content/uploads/sites/4/2019/03/fundamentos-de-administracion-financiera-13-van-horne.pdf>.

Velarde, G. (2019). *Influencia del costo de producción en la determinación del precio de venta en confecciones Luz Victoria Villavicencio Vera*. [Tesis de pregrado, Universidad Señor de Sipán]. Repositorio institucional USS.

<https://repositorio.uss.edu.pe/handle/20.500.12802/6155>.

Veliz, M. (2022). *Contabilidad de costos: conceptos elementales*. Universidad Técnica Estatal de Quevedo.

<http://142.93.18.15:8080/jspui/bitstream/123456789/809/1/LIBRO%20DE%20CONTABILIDAD%20DE%20COSTOS%20%207%20edicio%C%81n%202022.pdf>.

### **COMO CITAR ESTE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN**

Conde Falcón, E. (2024). *Costos de adquisición de mercaderías y la determinación del precio de venta en la asociación copropietarios de la galería huallayco, Huánuco 2023* [Tesis de pregrado, Universidad de Huánuco]. Repositorio Institucional UDH. <http://...>

# **ANEXOS**

## ANEXO 1

### MATRIZ DE CONSISTENCIA

Problema	Objetivo	Hipótesis	Variables	Dimensiones	Indicadores	Metodología
Problema general	Objetivo general	Hipótesis general	Independiente			
¿Cuál es la importancia de los costos de adquisición de mercaderías para determinar el precio de venta en la Asociación copropietarios de la Galería Huallayco, Huánuco 2023?	Analizar la importancia de los costos de adquisición de mercaderías para determinar el precio de venta en la Asociación copropietarios de la Galería Huallayco, Huánuco 2023	Los costos de adquisición de mercaderías son importantes para determinar el precio de venta en la Asociación copropietarios de la Galería Huallayco, Huánuco 2023	Costos de adquisición	Precio de compra de mercaderías Costos vinculados con las compras de mercaderías Descuentos de las compras de mercaderías	Existencias Precio comparable Flete-Transporte Envases y embalajes Descuentos comerciales Rebajas	Tipo de Investigación Enfoque Cuantitativo Nivel de investigación
Problema específico	Objetivo específico	Hipótesis específica	Dependiente	Dimensiones	Indicadores	Descriptivo Correlacional
¿Cuál es la importancia del precio de compra de mercaderías para determinar el precio de venta en la Asociación copropietarios de la Galería Huallayco, Huánuco 2023?	Comprobar la importancia del precio de compra de mercaderías para determinar el precio de venta en la Asociación copropietarios de la Galería Huallayco, Huánuco 2023	El precio de compra de mercaderías es importante para determinar el precio de venta en la Asociación copropietarios de la Galería Huallayco, Huánuco 2023	Precio de venta	Costo de ventas	Tarjeta de control físico de mercaderías método PEPS o PROMEDIO	correlacional Diseño de la investigación No experimental
¿Cuál es la importancia de los costos vinculados de las compras de	Describir la importancia de los costos vinculados de las compras de	Los costos vinculados de las compras de mercaderías son importantes para		Margen ganancia	de Margen de ganancia bruta	Tipo de Muestreo

mercaderías para determinar el precio de venta en la Asociación copropietarios de la Galería Huallayco, Huánuco 2023?	mercaderías para determinar el precio de venta en la Asociación copropietarios de la Galería Huallayco, Huánuco 2023	determinar el precio de venta en la Asociación copropietarios de la Galería Huallayco, Huánuco 2023	Margen de ganancia neta	No probabilístico
¿Cuál es la importancia de los descuentos de las compras de mercaderías para determinar el precio de venta en la Asociación copropietarios de la Galería Huallayco, Huánuco 2023?	Identificar la importancia de los descuentos de las compras de mercaderías para determinar el precio de venta en la Asociación copropietarios de la Galería Huallayco, Huánuco 2023	Los descuentos de las compras de mercaderías son importantes para determinar el precio de venta en la Asociación copropietarios de la Galería Huallayco, Huánuco 2023	Ventas netas	Técnica e instrumento
			Disponibilidad de artículos	Encuesta y cuestionario
			Control de inventario	

## ANEXO 2

### INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

#### CUESTIONARIO

El presente cuestionario está elaborado con preguntas precisas y entendibles para efectuar la investigación titulada COSTOS DE ADQUISICIÓN DE MERCADERÍAS Y LA DETERMINACIÓN DEL PRECIO DE VENTA EN LA ASOCIACIÓN COPROPIETARIOS DE LA GALERÍA HUALLAYCO, HUANUCO 2023. Por lo que se le agradecerá por el apoyo y aporte con la respuesta que usted consigne según las preguntas.

Marque con un “x” la respuesta que crea conveniente y según su conocimiento.

PREGUNTAS	CRITERIOS	
	1	2
	No	Si
Variable 1:	Costos de adquisición	
<b>Dimensión 1</b>	<b>Precio de compra de mercaderías</b>	
¿Registra las existencias (mercaderías) compradas según el costo incurrido?		
¿Se registra el precio de las mercaderías de manera separada según el tipo de artículos?		
<b>Dimensión 2</b>	<b>Costos vinculados con las compras de mercaderías</b>	
¿El transporte o flete par el traslado de las mercaderías es considerado como costo de la adquisición de mercaderías?		
¿Los envases y embalajes de sus mercaderías son considerados como parte del costo de sus mercaderías?		
<b>Dimensión 3</b>	<b>Descuentos de las compras de mercaderías</b>	
¿Los descuentos que recibe de sus proveedores son considerados para disminuir el costo de sus mercaderías?		
¿Las rebajas que recibe por sus proveedores son considerados para disminuir el valor de sus mercaderías?		
Variable 2:	Precio de venta	

<b>Dimensión 1</b>	<b>Costo de ventas</b>	
¿Utiliza su negocio la tarjeta de control físico de mercaderías (Kardex)		
¿Ejecuta algún método de entrada y salida de sus mercaderías (PEPS o PROMEDIO)?		
<b>Dimensión 2</b>	<b>Margen de ganancia</b>	
¿Cuenta con método de cálculo para determinar su		
margen de ganancia bruta? ¿Cuál es el porcentaje que aplica?		
¿Conoce como obtener el margen de ganancia neta de sus ventas?		
<b>Dimensión 3</b>	<b>Precio de venta unitario</b>	
¿Efectúa registros de cuentas de sus ventas diarias para determinar la venta neta?		
¿Efectúa acciones de control de sus mercaderías almacenado con el fin de calcular el precio unitario de las mercaderías?		

## ANEXO 3

### CONSENTIMIENTO INFORMADO

*"Año de la unidad, la paz y el desarrollo"*

**Sumilla:** Solicito Autorización e información de los socios de la galería Huallayco

SR. presidente de la Galería HUALLAYUCO - Huánuco

Yo, **EDWIN CONDE FALCÓN**, identificado con número de DNI 71060025, domiciliado en el AA.HH. Los Ángeles Comité 15 - Hactay, con teléfono celular número 953 369 886 ante usted con el debido respeto a su representada me presento y expongo:

Que, teniendo la necesidad de aplicar cuestionario de investigación y obtener información en la Galería HUALLAYCO Huánuco, recorro a su digno despacho a efectos de **SOLICITAR AUTORIZACIÓN** de permisión al suscrito, para ingresar a los ambientes de la **GALERIA HUAYAYCO - HUÁNUCO** para realizar la ejecución de la encuesta generada por el trabajo de investigación (TESIS) titulada **"COSTOS DE ADQUISICIÓN DE MERCADERÍAS Y LA DETERMINACIÓN DEL PRECIO DE VENTA EN LA ASOCIACIÓN COPROPIETARIOS DE LA GALERÍA HUALLAYCO, HUANUCO 2023"**, cuya finalidad es para optar el Título de CONTADOR PÚBLICO, en la Universidad de Huánuco. Tenido en consideración las exigencias actuales de la SUNEDU el cual es el conocimiento público, que, para la obtención de grado o título, la ejecución de las tesis resulta indispensable, acreditar las evidencias inherentes para los cuales se obtuvieron los datos de la investigación.

Por lo expuesto:

Ruego a usted acceder a lo solicitado por ser de justicia.

Huánuco 13 de setiembre del 2023

Atentamente,



EDWIN CONDE FALCÓN  
DNI 71060025

CARGO  
  
PRESIDENTE  




**UNIVERSIDAD DE HUÁNUCO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**  
**PROGRAMA ACADÉMICO DE CONTABILIDAD Y FINANZAS**



**CONCENTIMIENTO INFORMADO**

Yo, Uldarico Villegas Poma, reconozco haber informado sobre los beneficios, riesgos y molestias, así como también mis derechos y responsabilidades, también reconozco no haber sido persuadido, manipulado u coaccionado, por tanto, ACEPTO participar voluntariamente de la presente investigación que tiene como título:

**COSTOS DE ADQUISICIÓN DE MERCADERÍAS Y LA DETERMINACIÓN DEL PRECIO DE VENTA EN LA ASOCIACIÓN COPROPIETARIOS DE LA GALERÍA HUALLAYCO, HUANUCO 2023**

Desarrollado por: Conde Falcón Edwin bachiller en Contabilidad y Finanzas de la Universidad de Huánuco, y ADMITO haber sido informado que el objetivo de la investigación es:

**Analizar la importancia de los costos de adquisición de mercaderías para determinar el precio de venta en la Asociación copropietarios de la Galería Huallayco, Huánuco 2023**

Me han indicado también que la investigación ingresara a las instalaciones de las instalaciones de la GALERÍA HUALLAYCO para efectuar la encuesta a cada uno de los asociados.

Reconozco que la información que yo provea en el curso de la investigación no será usada para ningún propósito, fuera de este estudio sin mi consentimiento.

Ha sido informado de que pueda hacer preguntas sobre el proyecto en cualquier momento y que pueda retirarse del mismo modo cuando así lo desea, sin que esto acarree perjuicio alguno para mi persona. De tener preguntas sobre mi participación en este estudio puede contactar a: Conde Falcón Edwin, al celular 953 369 886

Entiendo que una copia de esta ficha de consentimiento me será entregado y que puedo pedir información sobre los resultados de este estudio cuando esta haya concluido, a la persona citada.

Huánuco, 02 de octubre del 2023

He sido  
Fecha 2-10-2023

## ANEXO 4

### VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO



**Universidad de Huánuco**

#### **EVALUACIÓN DE EXPERTOS**

Estimado profesional, usted ha sido invitado a participar en el proceso de evaluación de un instrumento para investigación en Ciencias Empresariales. En razón a ello se le alcanza el instrumento motivo de evaluación y el presente formato que servirá para que usted pueda hacernos llegar sus apreciaciones para cada ítem del instrumento de investigación.

- Agradecemos de antemano sus aportes que permitirán validar el instrumento y obtener información válida, criterio requerido para toda investigación.

A continuación, sírvase identificar el ítem o pregunta y conteste marcando con un aspa en la casilla que usted considere conveniente y además puede hacernos llegar alguna otra apreciación en la columna de observaciones.

N° de Ítem	Ítem	Validez de Contenido		Validez de Constructo		Validez Criterio		Observaciones
		El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable.		El ítem contribuye a medir el indicador planteado.		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas.		
		Si	No	Si	No	Si	No	
1	¿Utiliza registro de anotaciones para las existencias (mercaderías) compradas?	x		x		x		
2	¿Se registra las mercaderías de manera separada según el tipo de artículos?	x		x		x		

3	¿El transporte o flete por el traslado de las mercaderías es considerado como costo de la adquisición de mercaderías?	x		x		x		
4	¿Los envases y embalajes de sus mercaderías son considerados como parte del costo de sus mercaderías?	x		x		x		
5	¿Los descuentos que recibe de sus proveedores son considerados para disminuir el costo de sus mercaderías?	x		x		x		
6	¿Las rebajas que recibe por sus proveedores son considerados para disminuir el valor de sus mercaderías?	x		x		x		
7	¿Utiliza su negocio la tarjeta de control físico de mercaderías (Kardex)?	x		x		x		
8	¿Ejecuta algún método de entrada y salida de sus mercaderías (PEPS o PROMEDIO)?	x		x		x		
9	¿Cuenta con método de cálculo para determinar su margen de ganancia bruta? ¿Cuál es el porcentaje que aplica?	x		x		x		
10	¿Conoce como obtener el margen de ganancia neta de sus ventas?	x		x		x		
11	¿Efectúa registros de cuentas de sus ventas diarias para determinar la venta neta?	x		x		x		

12	¿Efectúa acciones de control de sus mercaderías almacenado con el fin de calcular el precio unitario de las mercaderías?	x		x		x		
----	--	---	--	---	--	---	--	--

**Fuente:** Universidad Privada de Huánuco.

**Datos del Experto:**

**APELLIDOS Y NOMBRES:**

**ESPINOZA HILARIO, CÉSAR DNI:**

**41129317**

**GRADO ACADÉMICO: INVESTIGACIÓN Y**

**DOCENCIA SUPERIOR CODIGO ORCID: 0000**

**0002 3246 5449**

**FIRMA** 



**Universidad de Huánuco**

**EVALUACIÓN DE EXPERTOS**

Estimado profesional, usted ha sido invitado a participar en el proceso de evaluación de un instrumento para investigación en Ciencias Empresariales. En razón a ello se le alcanza el instrumento motivo de evaluación y el presente formato que servirá para que usted pueda hacernos llegar sus apreciaciones para cada ítem del instrumento de investigación.

- Agradecemos de antemano sus aportes que permitirán validar el instrumento y obtener información válida, criterio requerido para toda investigación.

A continuación, sírvase identificar el ítem o pregunta y conteste marcando con un aspa en la casilla que usted considere conveniente y además puede hacernos llegar alguna otra apreciación en la columna de observaciones.

N° de Ítem	Ítem	Validez de Contenido		Validez de Constructo		Validez Criterio		Observaciones
		El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable.		El ítem contribuye a medir el indicador planteado.		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas.		
		Si	No	Si	No	Si	No	
1	¿Utiliza registro de anotaciones para las existencias (mercaderías) compradas?	x		x		x		
2	¿Se registra las mercaderías de manera separada según el tipo de artículos?	x		x		x		
3	¿El transporte o flete por el traslado de las mercaderías es considerado como costo de la adquisición de mercaderías?	x		x		x		

4	¿Los envases y embalajes de sus mercaderías son considerados como parte del costo de sus mercaderías?	x		x		x		
5	¿Los descuentos que recibe de sus proveedores son considerados para disminuir el costo de sus mercaderías?	x		x		x		
6	¿Las rebajas que recibe por sus proveedores son considerados para disminuir el valor de sus mercaderías?	x		x		x		
7	¿Utiliza su negocio la tarjeta de control físico de mercaderías (Kardex)	x		x		x		
8	¿Ejecuta algún método de entrada y salida de sus mercaderías (PEPS o PROMEDIO)?	x		x		x		
9	¿Cuenta con método de cálculo para determinar su margen de ganancia bruta? ¿Cuál es el porcentaje que aplica?	x		x		x		
10	¿Conoce como obtener el margen de ganancia neta de sus ventas?	x		x		x		
11	¿Efectúa registros de cuentas de sus ventas diarias para determinar la venta neta?	x		x		x		
12	¿Efectúa acciones de control de sus mercaderías almacenado con el fin de calcular el precio unitario de las mercaderías?	x		x		x		

**Fuente:** Universidad Privada de Huánuco.

**Datos del Experto:**

**APELLIDOS Y NOMBRES:** PALOMINO GONZALES Julia

**DNI:** 22489836

**GRADO ACADÉMICO:**

Doctor en Contabilidad

**CODIGO ORCID:** 0000-

0003-1009-5392

**FIRMA**

A handwritten signature in blue ink, appearing to be 'P. J. ...', written in a cursive style.



## Universidad de Huánuco

### EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Estimado profesional, usted ha sido invitado a participar en el proceso de evaluación de un instrumento para investigación en Ciencias Empresariales. En razón a ello se le alcanza el instrumento motivo de evaluación y el presente formato que servirá para que usted pueda hacernos llegar sus apreciaciones para cada ítem del instrumento de investigación.

- Agradecemos de antemano sus aportes que permitirán validar el instrumento y obtener información válida, criterio requerido para toda investigación.

A continuación, sírvase identificar el ítem o pregunta y conteste marcando con un aspa en la casilla que usted considere conveniente y además puede hacernos llegar alguna otra apreciación en la columna de observaciones.

N° de Ítem	Ítem	Validez de Contenido		Validez de Constructo		Validez Criterio		Observaciones
		El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable.		El ítem contribuye a medir el indicador planteado.		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas.		
		Si	No	Si	No	Si	No	
1	¿Utiliza registro de anotaciones para las existencias (mercaderías) compradas?	X		X		X		
2	¿Se registra las mercaderías de manera separada según el tipo de artículos?	X		X		X		
3	¿El transporte o flete por el traslado de las mercaderías es considerado como costo de la adquisición de mercaderías?	X		X		X		



4	¿Los envases y embalajes de sus mercaderías son considerados como parte del costo de sus mercaderías?	X		X		X		
5	¿Los descuentos que recibe de sus proveedores son considerados para disminuir el costo de sus mercaderías?	X		X		X		
6	¿Las rebajas que recibe por sus proveedores son considerados para disminuir el valor de sus mercaderías?	X		X		X		
7	¿Utiliza su negocio la tarjeta de control físico de mercaderías (Kardex)	X		X		X		
8	¿Ejecuta algún método de entrada y salida de sus mercaderías (PEPS o PROMEDIO)?	X		X		X		
9	¿Cuenta con método de cálculo para determinar su margen de ganancia bruta? ¿Cuál es el porcentaje que aplica?	X		X		X		
10	¿Conoce como obtener el margen de ganancia neta de sus ventas?	X		X		X		
11	¿Efectúa registros de cuentas de sus ventas diarias para determinar la venta neta?	X		X		X		
12	¿Efectúa acciones de control de sus mercaderías almacenado con el fin de calcular el precio unitario de las mercaderías?	X		X		X		

**Fuente:** Universidad Privada de Huánuco.

**Datos del Experto:**

**APELLIDOS Y NOMBRES:** LEONARDO BELTRAN, CARLOS DANTE

**DNI:** 43962129

**GRADO ACADÉMICO:** MAESTRO EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS CON  
MENCION EN GESTION PUBLICA

**CODIGO ORCID:** 0000-0003-3910-7916

**FIRMA**

A handwritten signature in blue ink. The name 'EDUARDO' is clearly visible in the center of the signature, written in a slightly stylized, uppercase font. The signature is surrounded by fluid, sweeping lines that form a large, open loop on the right side and a smaller loop on the left side, crossing the name.

**ANEXO 5**  
**GALERÍA DE FOTOS**

