



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE CONTABILIDAD**

Formulación de un sistema de costos tradicionales para mejorar la competitividad
de los precios de venta del servicio en el Hostal Montecristo, Bagua Grande

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Contador Público

AUTORA:

Br. Wendy Nathaly Linares Mallap (ORCID: 0000-0002-9315-891X)

ASESOR:

Mg. Mario Ignacio Farfán Ayala (ORCID: 0000-0003-2378-1025)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Finanzas

CHICLAYO – PERÚ

2019

DEDICATORIA

A mi madre

A mi familia

Por el apoyo incondicional

Por darme la fortaleza y aliento cuando más lo necesitaba, a mis docentes, a mis compañeros y a todas las personas que hicieron posible que concluyera con mis estudios.

Wendy Nathaly

AGRADECIMIENTO

Agradezco a la Universidad “César Vallejo” por darme la oportunidad de estudiar en su prestigiosa Escuela de Ciencias Empresariales, a mis docentes quienes estuvieron en todo momento orientándome y brindándome sus conocimientos, a mis compañeros con quienes he compartido muchas experiencias y gratos momentos durante los estudios de la carrera profesional, a mi familia por brindarme su apoyo incondicional en los momentos que más lo he necesitado y a todas las personas que me apoyaron de manera directa e indirecta para concluir con los estudios de la carrera de contabilidad.

La Autora

PÁGINA DEL JURADO

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo, Wendy Nathaly Linares Mallap con DNI N°44670682, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela de Académico Profesional de Contabilidad, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Pimentel, 18 de noviembre del 2019



Wendy Nathaly Linares Mallap

DNI:446707682

ÍNDICE

Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento	iii
Página del jurado	iv
Declaratoria de autenticidad	v
Índice.....	vi
Índice de tablas.....	vii
Índice de figuras	viii
RESUMEN.....	ix
ABSTRACT.....	x
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MÉTODO.....	19
2.1 Tipo y diseño de investigación	19
2.2 Variables, Operacionalización.....	19
2.3 Población y muestra	23
2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	24
2.5 Procedimientos.....	25
2.5.1 Métodos de análisis de datos.....	25
2.5.2 Aspectos éticos	25
III. RESULTADOS.....	26
IV. DISCUSIÓN.....	39
V. CONCLUSIONES.....	41
VI. RECOMENDACIONES	42
VII. PROPUESTA.....	43
REFERENCIAS.....	55
ANEXOS.....	60

Índice de tablas

Tabla 1: Clientes de la empresa hostel Montecristo	23
Tabla 2: Competitividad de los precios de venta del servicio	30
Tabla 3: Relación Servicio precio del hostel Montecristo, Bagua Grande	31
Tabla 4: Precios actuales del servicio del Hostel Montecristo – Bagua Grande	32
Tabla 5: Fluctuaciones de la demanda.....	33
Tabla 6: Frecuencia de uso del servicio del Hostel Montecristo.....	34
Tabla 7: Percepción de las temporadas más altas de clientes en el Hostel Montecristo	35
Tabla 8: Distribución de clientes que solicitaron recomendaciones antes de adquirir el servicio del Hostel Montecristo	36
Tabla 9: Recomendación de los clientes a sus amigos y familiares	37
Tabla 10: Factores que consideró para elegir el servicio de hospedaje del Hostel Montecristo.....	38
Tabla 11: Servicios de hotelería de la empresa.....	43
Tabla 12: ingresos en soles del servicio de hostel Montecristo, año 2017, en	44
Tabla 13: Formato de registro de los ingresos	45
Tabla 14: Costo del personal de mano de obra directa	46
Tabla 15: Materiales de las habitaciones	47
Tabla 16: Depreciación	48
Tabla 17: Servicios.....	49
Tabla 18: Materiales de limpieza de las habitaciones.....	50
Tabla 19: Mano de obra indirecta.....	50
Tabla 20: Costo total del servicio del Hostel Montecristo, Bagua Grande 2017.....	51
Tabla 21: Costos por tipo de servicio	52
Tabla 22: Margen por habitación	53

Índice de figuras

Figura 1: principales materiales del hostel	26
Figura 2: Trabajadores del Hostal Montecristo – Bagua Grande	27
Figura 3: Sueldo de los trabajadores del Hostal Montecristo – Bagua Grande	28
Figura 4: Servicios que paga el Hostal Montecristo – Bagua Grande.....	29
Figura 5: Competitividad de los precios de venta del servicio del Hostal Montecristo – Bagua Grande.....	30
Figura 6: Relación Servicio precio del hostel Montecristo, Bagua Grande	31
Figura 7: Fluctuaciones de la demanda	33
Figura 8: Frecuencia de uso del servicio del Hostal Montecristo	34
Figura 9: Percepción de las temporadas más altas de clientes en el Hostal Montecristo	35
Figura 10: Distribución de clientes que solicitaron recomendaciones antes de adquirir el servicio del Hostal Montecristo	36
Figura 11: Recomendación de los clientes a sus amigos y familiares.....	37
Figura 12: Factores que consideró para elegir el servicio de hospedaje del Hostal Montecristo	38
Figura 13: Distribución de los servicios	49
Figura 14: Distribución de los costos del hostel Montecristo	51
Figura 15: Margen del precio sobre el costo del Hostal Montecristo, Bagua Grande	54

RESUMEN

El estudio tuvo como finalidad Formular un sistema de costos tradicionales para mejorar la competitividad de los precios de venta del servicio en el Hostal Montecristo, Bagua Grande, la metodología de estudio es de tipo descriptiva – propositiva, de diseño no experimental – transversal, la investigación tuvo dos tipos de muestra una no probabilística y otra probabilística, se empleó como técnicas la entrevista, la encuesta y el análisis documental. La muestra lo conformó el propietario del hostel y 196 clientes del hostel Montecristo.

Entre los resultados, encontró que el precio y la ubicación son factores claves que consideran los clientes para elegir el Hostal Montecristo, además los clientes perciben que el precio es igual que la competencia (50%), sin embargo, sólo el 23% considera que el servicio es mayor al precio.

Con el sistema de costo tradicional se estableció un costo general de un costo promedio de S/ 15.17 soles, asimismo el costo por tipo de habitación es Habitación simple con baño S/13.54, Habitación simple sin baño S/ 8.75, Habitación doble S/ 20.8, habitación triple S/ 28.09, habitación matrimonial de 30 a S/ 16.61 y la habitación matrimonial de 45 con el costo de S/. 23.47.

Palabras claves: Sistemas de costo tradicional, precios, competitividad, Sector hotelero.

ABSTRACT

The purpose of the study was to formulate a system of traditional costs to improve the competitiveness of the sale prices of the service in the Montecristo Hostel, Bagua Grande, the study methodology is descriptive - proactive, non-experimental design - transversal, the interview, the survey and the documentary analysis were used as techniques. The population was made up by the owner of the hostel and 196 clients of the Montecristo hostel.

Among the results, he found that the price and location are key factors that customers consider to choose Hostal Montecristo, in addition customers perceive that the price is the same as the competition (50%), however only 23% consider that the Service is greater than the price.

With the traditional cost system, a general cost of an average cost of S / 15, 17 soles were established, also the cost per type of room is Single room with bathroom S / 13.54, Single room without bathroom S / 8.75, Double room S / 20.8, triple room S / 28.09, matrimonial room from 30 to S / 16.61 and matrimonial room 45 with the cost of S7 23.47.

Keywords: Traditional cost systems, prices, competitiveness, Hotel sector.

I. INTRODUCCIÓN

La problemática en el ámbito internacional con respecto al sistema de costos y los precios en empresas hoteleras:

Dentro de la realidad de los hoteles, Campo & Yagüe (2011) mencionan que no hay muchas veces una buena relación entre el precio ofrecido de los hoteles y el servicio, incluso en algunas oportunidades desconocen cuánto cuesta ofrecer el servicio lo cual repercute en que el precio se encuentra por debajo del mismo.

En Venezuela, Coromoto y Cardozo (2017), establecen “ que dentro del sector empresarial en la actualidad, existe la necesidad constante de un eficiente sistema de costos que sirvan como herramienta de apoyo, es decir que mantengan una fluidez en la información de la organización. El objetivo principal es determinar la orientación correcta de las estrategias que promueban el incremento de alcanzar mayor posición en el mercado, ya que la misma competencia lo exige” (p.91).

Además, Jung & Dall (2016) mencionan que son pocas las empresas hoteleras de Brasil, que consideran el precio como ventaja competitiva, ya que las características peculiares del sector, con significativos costos indirectos, riesgos de ociosidad y radicalización competitiva, es en donde radica el establecimiento competitivo de los precios y en el control eficaz de los costos.

Por otro lado, Soler & Gémar (2017) indican que se ha determinado una relación entre la ubicación del hospedaje en el precio de la habitación, así como los ambientes también repercuten en los precios, sin embargo, los encargados de la administración desconocen los principales indicadores o factores que determinan el precio del hospedaje.

Entre tanto, Santos & da Silva (2017) según su apreciación al referirse a la empresa como hotel, le menciona como el establecimiento que brinda principalmente habitaciones para descanso y alimentos, este debe cumplir con toda la infraestructura real para la comodidad de los clientes, lo cual debe estar de acuerdo al precio por el servicio. Para poder determinar el precio, es importante tener en cuenta varios factores además del económico, como es estrategias de marketing, publicidad, calidad del servicio prestado.

Hispanic PR Wire (2012) indica que el nivel estadístico de precio fue del 2% en EEUU, al relajar un comparativo entre los años 2011 y 2012 al referirse en términos generales, esto conlleva que no todos los destinos fueron beneficiados por este incremento, esto fue reflejo de la mejora económica dentro de los EEUU. Y al realizar comparaciones con Europa para ser precisos con las ciudades de Berlín, Edimburgo y Copenhague, las cuales mostraron en su sector un decremento de visitantes provenientes de Norteamérica.

Por otro lado, Cuba es un país donde el turismo es una de las principales fuentes de ingreso de su economía, entonces se han visto en la obligación de buscar mejores formas de potenciar los recursos disponibles. Teniendo en cuenta costos por fallos y deficiencias. Porque en los hoteles de Varadero, se determinó que el costo anual por clientes perdidos y las reposiciones representaron el 90,40 % del total de fallos. Entonces es necesario priorizar mejoras, en los costos hoteleros. (Neninger, Ramos, Picayo, & Salgado, 2016).

De modo, que Martín (2018), indica que la gestión de un hotel no debe ser un tema ajeno de la administración, de manera que la fijación de precios o también conocido como pricing es uno de los más debatidos en empresarios con este tipo de negocio. Porque tiene que ser un procedimiento que maximice la rentabilidad de la empresa.

En el Perú, muchas veces los precios de los hoteles se encuentran sujetos a los cambios del turismo que tiene que ver con, y su complejidad de los precios se encuentra en su intangibilidad, porque los servicios no se pueden almacenar, que a ella se suma los costos fijos y variable a tal punto que hacen que una unidad vendida sea irrelevante.

Tellez (2017) menciona que a diferencia de los demás países de Sudamérica, en el Perú los precios de los Hoteles de tres, cuatro y cinco estrellas han disminuido desde el 2015, pasando a costar de 75 dólares a 65 dólares el de tres estrellas, de 130 a 122 dólares el de 4 estrellas, y de 242 dólares a 218, esto se ha originado por el aumento de la oferta de habitaciones, sin embargo, aún sigue siendo las tarifas más altas de la región.

En el Hostal Montecristo, al investigar y descubrir su problemática se verifica en que los precios que ofrecen se han establecido en base a lo que ofrece la competencia, y hay un desconocimiento de la administración en cuanto al costo de ofrecer los diferentes servicios del Hostal, esta situación le genera que pierda ingresos, porque existen temporadas bajas donde los ingresos bajan, pero los precios los mantiene hasta en temporadas altas, cuando es momento para saber aprovechar precios altos, situación que se atribuye a la falta de un sistema de costos.

En los trabajos previos, en el entorno internacional se muestran los siguientes estudios:

Lozano & Molina (2015) realizó un estudio sobre diagnosticar el implementar mediante una herramienta de costos, adaptado al sector hotelero que se desarrolla en la ciudad de Cuenca – Ecuador. Para lograr obtener su título de Contador Público. Su Objetivo consistió en realizar un análisis al implementar un sistema adaptado a los costos hoteleros en la ciudad en mención, para mejorar la eficiencia en manejo de los recursos de la empresa, también aplicó un cuestionario de encuesta a 12 representantes de las empresas hoteleras. entre los resultados destaca que la valuación de inventarios es por promedio (58,3%), además el 58,2% considera que el sistema de costos es relevante para la tomar alternativas coherente estrategicas, concluye que si hay muestra de variaciones relevantes los cuales si afectan al resultado de la gestión. Y se ven reflejados en los resultados cuantitativamente.

Análisis de las variaciones determina en qué cantidad han variado los costos, comparando los valores reales con los estándares propuestos al inicio de la producción.

Giménez, Marín, & Cedeño (2015) dice en el estudio referido a los posibles indicadores o elementos que afectan a nivel costos en el proceso de tomar decisiones de nivel estartegico por la organizaciones del sector hotelero en la ciudad de Nueva Esparta, para alcanzar el grado académico de doctor en ciencias contables – Univers. Reg. De Blumenau. Su objetivo fue encontrar los indicadores activos del costo que afectan al tomar decisiones a nivel estrategico, se aplicó un análisis univariante, de diseño exploratorio. Se Concluyó que en particular dentro de la organización su modelo de costos no es el mejor diseñado a las necesidad y gestión de la empresa,

además nos indica que el aspecto motivacional deficiente en los colaboradores, incongruencia de metas, responsabilidades del personal afectan a la organización, y a nivel cognitivo o de conocimientos deficiente manejo de margen comercial, margen de seguridad, apalacamiento operativo, costos estandarizados, son factores que influyen directamente.

Morillo (2011) en la tesis titulada aplicación de costos sistematizados tradicionales dirigidos a empresas del sector turismo, rescatamos información de la revista Visión Gerencial la que fue utilizada para la presente investigación, el cual difunde información sobre sistemas de costos tradicionales o convencionales, que se orientan para ser aplicados a organizaciones de alojamiento en turismo, el cual se documentó el estudio concluyendo, que el prestar atención objetiva en los principales ingresos del sector, son determinantes para mejorar la toma de decisiones, para planear acciones de la empresa y generar control sobre todas las actividades; que implica reconocer los centros de costos funcionales y operativos, donde se identifiquen los costos directos e indirectos, que van a permitir realizar la distribución. Por lo tanto, el sistema de costos para el alojamiento se adapta a costos directos e indirectos.

Bernal (2015) en su investigación titulada “System Proposal of ABC costs for the heavy transport company JP Auquilla S.A. el cual el objeto de estudio es reconocer la realidad actual del desempeño ejecutado de sus costos, en cuanto a la metodología utilizada fue mixta, es decir cualitativa y cuantitativa, y su diseño no modifico las variables, además el tiene enfoque mixto es decir cuantitativo y culitativo. En cuanto a su población son el personal de la empresa y la tecnica aplicada es la encuesta. Por lo que se concluyó es relevante debido a que se realizó en el mismo sector y el resultado demuestra que el costeo ABC es el más indicado para la organización, porque permitirá adecuar las decisiones en positivo en el nivel gerencial.

Espinosa (2014) en su investigación titulada “Cost of Financial products based on activities: Implementation of ABC Costing in Micro Financial Institutions - Cooperatives of 18 Savings and Credit.Su principal objetivo es aplicar la herramienta de costos sistematizados basado en el ABC dirigido a servicios. Su población estuvo

formada por el gerente de la empresa. En conclusión la preponderancia del sistema utilizado de informática arroja resultados precisos financieros, los cuales son de relevancia en el costeo.

Portero (2014) en su investigación titulada “The management Strategic Costs in the Decision Making of the company Gamos shoes. Su principal objetivo es conocer de que manera los costos utilizados por la alta gerencia estratégica impacta sobre las decisiones tomadas por la empresa Gamos al lanzar un nuevo bien. La metodología aplicada fue cuantitativa y cualitativa, de diseño no experimental, la cantidad numérica pensada para la población fue tomada de los colaboradores a quienes se les aplicó una encuesta. Se logra concluir que los datos arrojados por el sistema contable está entrelazada directamente a los resultados de cada área de la organización, y de acuerdo al planeamiento que se realice con la información procesada se podrá manejar con mayor eficiencia los costos en cada acción o actividad, separando las acciones que no generan valor.

Benites & Chávez (2014) en su investigación denominada “Method of ABC costs and their impact on the industrial profitability of Rip footwear Land S.A.C”, en la Universidad de Madrid, consignó como objeto general analizar el método ABC y la influencia de los indicadores de la rentabilidad en la organización. La metodología aplicada fue cuantitativa y cualitativa, su diseño aplicado es el no experimental, los individuos tomados para la población fue tomada a los colaboradores a quienes se les aplicó una encuesta. La investigación concluyó que, la empresa sus formas de aplicar la metodología son deficientes causando errados procedimientos al registrar sus costos y realizar su control.

Anivel nacional los trabajos previos son los siguientes:

Ruiz (2017) realizó la tesis designada en su título, la cual se enfoca en aplicar un sistema basados en costos direccionados a la mayor eficiencia de la utilidad en el Hotel Plaza Grau, de la ciudad de Trujillo, en el periodo del primer trimestre del año 2017, esta investigación fue para obtener el título de contador público – UPAO. Durante la investigación se pretende implementar y aplicar costos direccionados con eficiencia. Es una investigación descriptiva, donde se reconoce cinco acciones por

el servicio de los cuartos (Limpieza de habitación, desayuno, lavandería, traslados, ingresos de alojamiento), la técnica aplicada es la entrevista al gerente. Según la información procesada se brindan dos clases de habitación y la empresa obtiene una rentabilidad del 13.78%. Se concluye que en hotel lo primordial sería que deben tener su propia contabilidad in situ, lo que no ocurre y de esta manera poder observar los costos con mayor precisión, se determinó que las tarifas son dadas por la competencia y no por su estudio de costos, quiere decir que estiman el precio del alojamiento de manera práctica.

Reyes & Suárez (2017) en la tesis realizada sobre implementar estrategias de costos enfocados para servicios dirigido para el hotel Sun Palace SAC, el objetivo primordial es medir su rentabilidad, basado en sus costos. Esta investigación fue para que puedan obtener el título de CPC, de la USS. El enfoque es cuantitativo, de tipo descriptivo y de naturaleza no experimental. Los documentos de contabilidad fueron de gran ayuda para poder entender la realidad de la empresa, su muestra está conformada por dos trabajadores los cuales fueron el gerente y el administrador quienes están enterados de todo los costos y gasto, además de ingresos que suceden en la organización, en cuanto a lo que arrojaron los datos analizados, indica que las personas que manejan el hotel no cuentan con el conocimiento necesario para poder realizar una administración eficiente.

López y Rivero (2015) realizó el estudio en referencia de evaluar costos asignados a los servicios y su relación con los ratios financieros del Hotel Nilas SAC, periodo 2013 en Tarapoto. Se presentó la investigación para obtener el título de contador público-UNMSM. El objetivo fue encontrar el costo del servicio y verificar si existe relación con los indicadores o razones financieras de rentabilidad en el Hotel Nilas, el estudio fue de tipo descriptivo – correlacional, donde la muestra lo conformaron 14 trabajadores, entre los resultados destaca que existen 30 habitaciones, donde los precios son 120 soles habitación matrimonial y doble, 80 soles la simple y 140 la triple; además de los costos directos el 11,68% líneas telefónicas exclusivas para clientes, 8,5% representan los elementos de limpieza habitación y el 6,37% útiles de limpieza. Concluye que al realizar la evaluación de los elementos del costo según las teorías estudiadas, encontramos que los materiales directos, personal de la empresa, y gastos

varios, son determinados de manera empírica, es decir sin medir su avance de consumo.

Solis (2014) en su investigación titulada “Implementation of a cost system for processes and their influence on decision making in the agribusiness company Jequetepeque S.R.L of the Guadalupe district in the period 2014”, para obtener el grado de Contador Público, el objeto para la presente investigación fue comprender si al implementar herramientas administrativas de costos en procesos lograremos saber si existe una relación directa en la toma de decisiones en Agroindustria en mención 2014. La metodología empleada fue cuantitativa, en diseño que mantenemos las variables en su estado constante, la población tomada fueron los colaboradores de la empresa a quienes se les aplicó una encuesta. La investigación concluyó que la empresa no cuenta con un sistema de costos tradicionales y eso dificultó su capacidad de competir en el mercado con otras empresas que si cuentan con dicho sistema; dando una deficiencia a la rentabilidad.

Terrones (2015) en su tesis denominada “Implementation of a cost system for processes in the production of organic bananas to prove the profitability of the association of small farmers and ranchers Algarrobal de Moro”, con el fin de lograr el título de contador, se consigna su objetividad al tener al estudiar la producción de banano y ver sus costos en cada proceso para mejorar los indicadores de rentabilidad.

La metodología empleada fue cuantitativa, descriptiva, con un diseño no experimental, la población tomada fueron los colaboradores de la empresa a quienes se les aplicó una encuesta. La investigación concluyó, que en la actualidad esta asociación no cuenta con un sistema de costos tradicionales, puesto que no tienen personal capacitado, que le permita contar con instrumentos positivos para la empresa.

Goñaz & Zeballos (2018) en su investigación denominada “Determination of a process cost system to improve the profitability in the company Panadería Oriental S.R.L of the city of Iquitos, 2016” dicha investigación fue para lograr su título de contador público, Univers. Científica en el Perú. Su Objetivo General como las acciones logradas en costos por proceso determinan la relación directa o indirecta sobre los

ratios financieros que miden la rentabilidad de panadería oriental SRL – Iquitos 2016. En cuanto al factor metodológico su enfoque es Cuantitativo, de diseño con variables estables sin cambios es decir no experimental, su técnica en uso fue la encuesta. Al final se concluye que dando un manejo estable y coherente de los costos, daría resultados óptimos que si logran el objetivo planteado en la rentabilidad.

Aguirre (2015), en su investigación denominada “Impact of the Budget system on the economic and financial management in the Restaurants sector, of the province of Piura”, en la UNT (Trujillo) para alcanzar ser contador público. Su objetivo general mantiene una incidencia acerca de la ejecución de los costos que manejan en la empresa los cuales fueron tradicionales dentro de su gestión. Su tipo de Investigación es descriptiva con enfoque cuantitativo. No experimental en su diseño. Su muestra aplicada a sus trabajadores, con la técnica encuesta. La investigación concluyó que el sistema de costos tradicionales incide de forma favorable a la empresa, puesto que ayuda en la mejor administración y da mayor efectividad y flexibilidad a tomar decisiones.

Hernández (2016), en su tesis titulada “System of production costs and its influence in the determination of the cost and price of the meals of the empresa el Paisa E.I.R.L, Cusco district”, la presente investigación fue sustento para el título de Contador – UPAO (Trujillo). Su forma de alcanzar su Objetivo general fue planteando el mismo con sus variables Costo de producción y mejora del precio, Enfoque mixto es decir cuantitativo y cualitativo, en su diseño sus variables son estáticas es decir no experimental, los trabajadores representan la muestra de la investigación, se utilizó la técnica Encuesta. Al final se concluyó, que existe coherencia en el manejo de la empresa al realizar razonamientos paralelos sobre su costo real y costo estimado.

Gatica (2015), en su trabajo de investigación denominada “ABC cost structure desing of the extraction of aggregate material and its impact on the profitability of the company Gatica Perú Ingeniería y SAC Constrution of the city of Tarapoto year 2015”, se obtuvo el título pretendido por el investigador, de contador – UCV. Al estudiar la necesidad de la empresa se determina como objetivo principal tomar en cuenta los

costos ABC y deiseñar su estructura adaptado a sus necesidades actuales en la organización, lo cual es extracción de materiales y agregados de construcción, que impacten en su manejo dirigido mejorar la rentabilidad. Dentro de su ambiente metodológico en su enfoque se utilizó cuantitativamente, sus variables son estables sin cambios, los colaboradores conforman su muestra a traves de una encuesta. Se concluyó todo su conocieminto es práctico y funciona con costos tradicionales, esto permite manejo de toma decisiones.

A nivel local se encontró el siguiente estudio:

Díaz y Inoñan (2015), en la tesis “Aplicación de un sistema de costos para conocer los costos de producción de la Empresa “Sefrin” S.A.C. Chiclayo- 2015”, tesis para optar el título de contador público (Universidad Señor de Sipán), con el objetivo que fue determinar los costos para mejorar gestión empresarial. Con un estudio cualitativa, descriptiva y no experimental, empleó entrevistas al contador y gerente de la empresa, encontrando se carece de información y conocimientos de los costos de producción, y el establecimiento del precio es muy deficiente , por lo tanto no conoce el margen de venta por producto vendido, no cuenta con información oportuna y real para la toma de decisiones, concluyendo que el sistema les permitió establecer los costos.

Las teorías relacionadas al tema, se muestran tanto del sistema de costo tradicional como del precio de venta.

Rodriguez, Grzabel, & Noguez (2012), manifiesta que “dentro de la definición de hoetelería encontramos su sustento, prestando servicios de habitación, alimentos, establecimiento de comercio que apoyan a la experiencia turística ” (p. 215).

Los Costos tradicionales, según Barragán (2008), hace referencia a un hotel que proporciona hospedaje y alimentación que es un lugar para un viajero, que se constituye en un edificio que brinda servicios domésticos, con la finalidad de obtener una utilidad.

Para la toma de decisiones, evaluación de trabajo, se maneja de manera flexible costos unitarios y por producto. Que de manera objetiva puedan manejar la gestión de

inventarios. Son costos tradicionales utilizando medidas enfocadas.” Lambretón(2016).

El costo unitario; “Es el consumo de efectivo total que incurre una entidad por generar, almacenar y vender una unidad de un producto o servicio en particular. Otros terminos con los que se encuentra son, del costo de mercancía vendida y del costo de ventas y se trata de una medida del costo de una empresa para construir o crear una unidad de producto. Esta medida contable incluye todos los costos fijos y variables asociados con la producción de un bien o servicio.” Horngren, Srikant, & Foster, (2007)

Así mismo mencionan que poseer conocimiento de lo que abarcalos costos unitarios asiste a las empresas a determinar cuándo comenzarán a adquirir utilidades, ayudando a determinar un precio a los productos con eso en mente. Brinda una visión general dinámica de las relaciones entre ingresos, costos y ganancias.Horngren, Srikant, & Foster(2007).

Cuevas (2001), según define el autor, el costo unitario es una medida de costo crucial en la evauación de las actividades de una organización. Definir y evaluar los costos unitarios de una entidad es una manera accesible de seraiorarse de que una empresa está generando un producto de forma eficiente.

Cuevas(2001), define que en la actualidad las compañías exitosas buscan maneras de optimizar el costo unitario general de sus productos al administrar los costos fijos y variables. Los costos fijos son gastos de producción que no dependen del volumen de unidades producidas es decir que son todos aquellos que se pagan de manera constante, generalmente de forma mensual y que son independientes a la cantidad de productos producidos.Los costos variables varían dependiendo del nivel de producción y son todos aquellos costos que aumentan en función de la cantidad de productos que se fabrican.

Del mismo modo explica como se calcula el costo unitario. El costo unitario se deriva generalmente cuando una entidad genera una gran cantidad de productos idénticos.

Luego, estos datos se contrastan con la información de los costos presupuestados o estándar para ver si la empresa está generando bienes de forma rentable.

El costo unitario se genera de los costos variables y fijos incurridos por un proceso de producción, dividido entre el número de unidades producidas. El cálculo del costo unitario es:

$$\frac{\text{(Costos fijos totales + Costos variables totales)}}{\text{Total de unidades producidas.}}$$

El costo unitario debe menguar a medida que incrementa el número de unidades generadas, principalmente porque los costos fijos totales se repartirán entre un número mayor de unidades. Por tanto, el costo unitario no es constante.

Corvo (2018) manifiesta que “los sistemas de costos son el marco utilizado por las empresas con el objetivo de estimar el costo de sus productos para poder calcular el análisis de rentabilidad, la valoración de inventarios y el control de costos” (párr. 1).

Cárdenas & Nápoles (2011), indica que las empresas tienen que escoger el sistema de costos de producción, este debe ser en base a su naturaleza, características propias de las actividades operativas de la empresa.

Además, en los establecimientos hoteleros, existen dos tipos de departamentos aquellos que generan ingresos, o departamentos operacionales u operados y los que sólo generan gastos y no generan ingresos, o departamentos funcionales o no operados o de apoyo. Martínez(2009)

TablaN°1: Tipos de departamentos de las empresas hoteleras

<i>Departamentos operacionales</i>	<i>Departamentos funcionales</i>
Alojamiento	Administración
Alimentos y bebidas	Publicidad y promoción
Lavandería	Mantenimiento
Telecomunicaciones	Sistemas
Departamentos menores	Recursos humanos
	Seguridad
	Agua, luz y fuerza

Fuente: Martínez (2009)

Entonces García (2008) menciona que es necesario que en las empresas se lleve a cabo la contabilidad de costos con la finalidad de registrar, controlar y analizar los costos relacionados a la producción de productos o servicios.

Antes de entrar a tallar lo relacionado con el sistema de costos, se define el costo como “El valor monetario de los recursos que se entregan o prometen a entregar a cambio de bienes y servicios que se adquieren” (García, 2008, p. 9)

Por lo tanto, según Cárdenas & Nápoles (2011); los sistemas de costos buscan los siguientes objetivos:

Brinda información del costo de los productos o servicios prestados.

Facilita la planificación y el control.

Sirve de soporte para la toma de decisiones en la parte gerencial.

El tipo de costos, según su clasificación que conforman la distribución de operación

Ramírez & Vanegas (2008) define que el costo tradicional caracteriza porque se establecen según los costos de fabricación que son asignados a los productos y diferencia los gastos de administración y ventas conocidos como gastos del periodo. Utiliza un criterio de la asignación de los costos indirectos a los centros de costos. Apenas utiliza el criterio de la distribución de costos de fabricación, como horas hombres, horas maquinas trabajada o volúmenes producidos. También apoya en la visión del centro de costo de la empresa; sin embargo, dificulta la técnica de la reducción de costos.

Mientras Akers (2018) menciona que el costeo tradicional se encarga de distribuir los costos indirectos de fabricación. El costeo tradicional asigna un único disparador de costos como las horas máquina, las horas de mano de obra directa o el volumen de varios productos. El cual se calcula dividiendo el total de los costos fijos entre el total de los costos asignados al disparador de costos (mano de obra, horas máquina, volumen de productos).

Apaza (2010) indica que para la asignación de los costos el enfoque tradicional para productos y servicios es como se muestra a continuación:

1. Asignar costos relacionados con producción a los departamentos de operación en línea, o producción. Incluye asignar los costos de departamentos de servicio o de los departamentos de producción.
2. Seleccionar los causantes del costo (mano de obra directa).
3. Asignar los costos variables se debe asignar con base en la actividad real del causante del costo, los costos fijos con base a la actividad presupuestada del causante del costo.

Los Sistemas de costos, según Sinisterra (2006) define un sistema de costos como un conjunto de normas contables, técnicas y procedimientos que se encarga de la acumulación de los costos con la finalidad de determinar el costo unitario, además sirve como herramienta de planificación de los costos y sobre todo facilita la toma de decisiones.

Además, Sinisterra (2006) establece 2 tipos de sistemas: el sistema de costos por procesos y por órdenes de trabajo. Al referirnos al sistema de costos por órdenes de trabajo, este acumula los costos por orden, lote o pedido, los cuales deben físicamente identificables; además, antes de la producción se establece la orden de la producción que especifica el número. Se utiliza cuando se fabrican varios tipos de productos y los costos se establecen de acuerdo a las especificaciones del cliente; por lo tanto, se usan en empresas de manufactura. Sistema de costos por procesos; mide los costos en un periodo contable y se distribuyen en las unidades producidas durante ese periodo, donde es aplicable en aquellas empresas que tienen flujos productivos continuos y en

serie, además cuando no se puede establecer en lote, lo utilizan aquellas empresas que fabrican un solo producto o productos homogéneos.

El sistema de costo tradicional, se enfoca en costos unitarios, por lo tanto, los costos se establecen a nivel de lotes, producto, instalación. Donde los costos unitarios asignan el gasto general ajustado a los productos individuales, para después agregar el gasto general conforme el número de unidades producidas.

En cuanto a deducir los costos por producto o servicio, las definiciones o conceptos de costos tradicionales son la prioridad de los mismos. Se evalúa como una herramienta que maximiza la reducción de los costos con criterios adaptados a la gestión de la empresa, es decir manejar óptimamente el CIF. En cuanto a los elementos del costo, deben ser distribuidas de acuerdo a la producción que está sujeta a la demanda del mercado o segmento al cual mantiene cautivo; al referirnos a la materia prima, está desprende tres conceptos materiales directos, materias primas e insumos, los cuales según su naturaleza se conceptualizan. Ahora la forma de manejar a los trabajadores es decir al activo humano, el cual este elemento es conocido como mano de obra, los cuales perciben una serie de conceptos adicionales a su sueldo, como es gratificaciones, CTS, Seguridad social asumida por el empleador, la cual también está implícita en los costos. Y por último el elemento de los gastos o costos de fabricación, estos fundamentales su manejo para dar el apoyo y garantizar también las necesidades adicionales a la empresa de producción, conceptualizados como alquileres, servicios públicos, accesorios de oficina, depreciación etc. Los cuales deben estar específicamente definidos en cada partida de costos.” Gómez (2011).

La competitividad de precios, según Martin (2018), hace referencia que el procedimiento de deducir el precio final del servicios en este caso de una empresa que se dedica a la hotelería, .se tratará de manera meticulosa y exacta, evitando vicios en su construcción. Lo cual conllevará a una buena estrategia dirigida por precios, si ese fuese el caso.

Según Porter (1989) la competitividad es “el valor que una empresa es capaz de crear en sus compradores, donde los compradores esten dispuestos a pagar el valor, que indica ofrecer precios más bajos que los competidores por beneficios equivalentes o por proporcionar beneficios únicos a un precio mayor” (p. 20).

Mientras, Morales & Pech (2000) indica que la competitividad es “la capacidad de compartir o soportar la competencia económica” (p. 53).

El estudio de los precios turísticos muchas veces presenta cierta heterogeneidad, porque a veces tiene una estacionalidad que se relaciona con los cambios de la demanda. Espinet & Fluvia (2001).

La competitividad se puede ver en diferentes aspectos, pero cuando se habla de competitividad de precios hace referencia a “costos bajos que se traducen en precios bajos” Villalva (2017).

La necesidad de construir un precio acorde con el servicio otorgado, es sustancial por motivo que representa un límite dinerario, el cual está ligado al presupuesto de los consumidores. Esta definición es la conexión inicial entre cliente y organización, debe estar definida con precisión.” Franco (2015).

Los precios se pueden fijar tratando de “aprovechar las situaciones competitivas posibles estableciendo precios iguales, superiores o inferiores a los del sector” Es decir, cuando el producto o servicio que ofrece la empresa es de calidad superior al del resto de los competidores o presta servicios complementarios, los precios son más altos, en cambio puede utilizar precios bajos o precios “descontados” cuando el producto es de inferior calidad o una menor prestación de servicios complementarios. Aunque también se puede utilizar los precios a pérdida sólo con fines promocionales o para perjudicar o eliminar a los competidores. Sin embargo, puede convertirse en un arma de doble filo. Tornatore (2014).

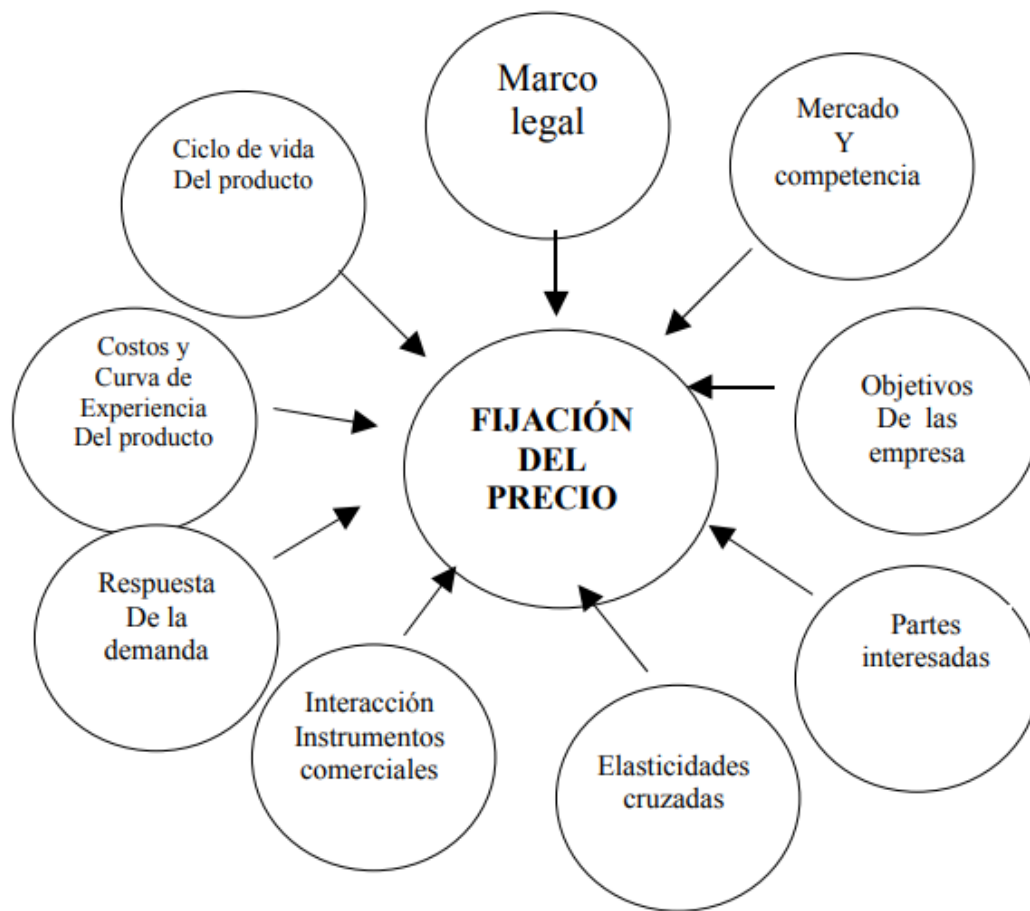
Los factores determinantes en el precio de los hoteles, según Campo & Yagüe (2011) los huéspedes evalúan los precios en relación a su satisfacción percibida; donde consideran los siguientes elementos: Personal, servicios, limpieza, confort, relación calidad – precio y ubicación.

Mientras Santos & da Silva (2017) conceptualizan sobre el precio de los hoteles, puede tener un enfoque en los costos, la competencia del mercado y la percepción de valor. Donde los factores que se consideran en la formación de precios son demanda, la

segmentación, el clima, el comportamiento de la competencia y las características de la propiedad.

Tornatore (2014), manifiesta que son 9 los factores determinantes del precio (ver figura)

Figura N° 1: Factores determinantes del precio



Fuente: Tornatore (2014)

Pero, cuando se habla de precios en el sector turístico como un hotel, según Nicolau (2016) habla de los factores que se agrupan en tres grandes dimensiones.

Factores propios de los productos turísticos, entre los que destaca la intangibilidad del producto, es decir que no se puede almacenar por la caducidad, también los costos fijos son elevados en comparación con los costos variables que son irrelevantes, así como las fluctuaciones de la demanda turística, tanto en función de la época del año como del día de la semana e incluso del momento del día, así como la capacidad fija de la

oferta instalada. El siguiente son los Factores Internos la propia empresa, los factores particulares del propio negocio que influyen en el precio, son los objetivos de marketing, las estrategias de marketing-mix y los costos empresariales. Y por último son los Factores externos de la empresa, se encuentra el comportamiento de la demanda, la competencia y el marco legal son los tres principales factores externos a la empresa. Todos los factores mencionados se tiene que considerar al momento de fijar los precios de venta.

En cambio, López (2017) manifiesta que desde el punto de vista del marketing los factores que afectan al precio son:

Objetivos de la empresa.

Costes.

Elasticidad de la demanda.

Valor del producto ante los clientes.

La competencia.

Estrategias de costos, Rodríguez (2012) manifiesta que la fijación de los precios de los servicios se puede realizar mediante las siguientes estrategias básicas:

Basada en los Costos

Basada en la Competencia

Basada en la Demanda

Para un mejor entendimiento de la estrategia Rodríguez, et al (2012) explica cada una de las estrategias de manera más minuciosa. Basada en Costos: Se realiza después de aplicar un margen respecto al costo variable, de forma que cubra costos fijos y aporte un margen de ganancia. La desventaja es que en los servicios existe una alta incidencia de costos fijos, lo cual dificulta la asignación a los actos de servicio, además el uso es heterogéneo de los clientes porque pueden generar costos de atención diferentes.

En cuanto a la formulación del problema de investigación consistió ¿En qué medida la formulación de un sistema de costos tradicionales mejora la competitividad de los precios de venta del servicio en el Hostal Montecristo, Bagua Grande?

El estudio se justifica en 4 grandes aspectos, tiene una justificación teórica, porque un sistema de costos, permite a una empresa, conocer el costo, de manera que al precio puede establecer un margen de ganancia. También se justifica desde el punto de vista práctico, ya que la finalidad del estudio es proponer un sistema de costos a fin de que la empresa determine los costos de cada servicio que brinda, así establecer el precio final del servicio que brinda. La justificación metodológica, es que en la investigación se utiliza instrumentos propios, los mismos que pueden ser utilizados en futuros estudios. En el aspecto social, permite que la empresa cumpla con sus obligaciones tributarias, así como una mejor dirección de la empresa, siendo responsable de asegurar el trabajo a sus diferentes trabajadores, porque en caso de no mantenerse en el mercado origina pérdida de varios puestos de trabajo.

La hipótesis planteada fue, si se formula un sistema de costos tradicionales entonces mejorará la competitividad de los precios de venta del servicio en el Hostal Montecristo, Bagua Grande. Dentro de los objetivos, se plantearon el objetivo general y específicos, siendo el objetivo general, -formular un sistema de costos tradicionales para mejorar la competitividad de los precios de venta del servicio en el Hostal Montecristo, Bagua Grande. Y los objetivos específicos, el primero fue evaluar el sistema de costos actual del servicio en el Hostal Montecristo, Bagua Grande, le sigue determinar la competitividad de los precios de venta del servicio en el Hostal Montecristo, Bagua Grande, también se buscó identificar los factores que afectan al precio de venta del servicio en el Hostal Montecristo, Bagua Grande y por último elaborar el sistema de costos tradicionales del servicio en el Hostal Montecristo, Bagua Grande.

II. MÉTODO

2.1 Tipo y diseño de investigación

El tipo de investigación según el enfoque es cuantitativo, porque la investigación se torna netamente en ser objetiva, es decir emite datos precisos.

Según el nivel es descriptiva, ya que se encargó de describir las características de la población de estudio.

De acuerdo a su finalidad es propositiva, porque consistió en proponer un sistema de costo tradicional.

El diseño de la investigación es no experimental, porque no se realizó la manipulación de las variables, sólo se encargó de evaluar la realidad tal como se encontró

Dónde:

G: Población

X: Competitividad de precios

Y: sistema de costo tradicional.

2.2 Variables, Operacionalización

2.2.1 Variables

Variable independiente: Sistema de costo

Un sistema de costo permite determinar de manera razonable los costos incurridos en la producción de un bien o la prestación de un servicio, que puede ser de manera manual o procedimiento sistematizado y que cumplen con los requisitos básicos para las diferentes áreas. (Aguirre, 2004).

Variable Dependiente: competitividad de precios

La competitividad de precios hace referencia a “costos bajos que se traducen en precios bajos”. Villalva, (2017)

2.2.1 Operacionalización de variables

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicador	Ítems	Técnicas e instrumentos de recolección de datos
VARIABLE INDEPENDIENTE Sistema de Costo tradicional	Un sistema de costo permite determinar de manera razonable los costos incurridos en la producción de un bien o la prestación de un servicio, que puede ser de manera manual o procedimiento sistematizado y que cumplen con los requisitos básicos para las diferentes áreas. (Aguirre, 2004)	Se elabora mediante el conocimiento de los costos, y el establecimiento fidedigno de los costos de cada servicio del hostel	Materia prima	Materiales directos	La empresa cuenta con un registro de los materiales de Hostal Que criterio se emplea para realizar la compra de insumos en el Hostal	Entrevista Guía de encuesta Análisis Documental
			Mano de obra	Mano de obra directa	Dispone de una descripción de cada uno de los puestos de trabajo Cuántos trabajadores tiene la empresa Cuáles son las modalidades de incentivos y sueldos de los trabajadores.	
			Costo indirectos de fabricación	Materiales indirectos	Cuales son los servicios que se pagan en la empresa.	
			Costo general	Servicios	Existe registro contable de los costos de los servicios que se pagan en el Hostal Se calcula los costos del servicio de hospedaje en el Hostal Montecristo	
			Costo total		El mercado en el que se encuentra el hostel tiene cambios variables en la demanda de habitaciones	

					Se ha preocupado en conocer los márgenes de la competencia	
VARIABLE DEPENDIENTE Competitividad de precios	“Costos bajos que se traducen en precios bajos” (Villalva, 2017, p. 79)	Consiste en realizar una serie procesos entre los que destaca el método de fijación de precios, que es el costo y otros factores basados en la competencia	Factores propios del sector Factores internos Factores externos	Fluctuaciones de la demanda Oferta instalada Percepción del precio Comportamiento de la demanda Precio frente a la competencia	En qué temporadas usted considera que hay más clientes que demandan el servicio de hotelería en Bagua Grande Con que frecuencia ha encontrado que todas las habitaciones estaban llenas. En que medios cuando contrata el servicio de Hospedaje realiza una investigación previa de los precios de hospedaje Usted recomendaría el servicio del hospedejo montecristino a sus amigos y familiares Cuales fueron los factores que consideró para elegir el servicio de hospedejo del Hostal Montecristo Considera que el Hostal Montecristo cuenta con precios competitivos en relación a la competencia	Encuesta Cuestionario Análisis documental

			Precios de la competencia	Relación precio – competidor Precios actuales del servicio	Usted considera que los precios del Hostal Montecristo en comparación con la competencias son: Cuales son los precios actuales del servicio del Hostal Montecristo	
--	--	--	---------------------------	---	---	--

2.3 Población y muestra

La población está conformada por el propietario del hotel y los documentos de compra, planillas, boletas y facturas.

La segunda población son los clientes que a continuación se establece en base a los 6 últimos meses

Tabla 2: Clientes de la empresa hostel Montecristo

Meses	Total
Enero	420
Febrero	520
Marzo	480
Abril	320
Mayo	280
Junio	376
Promedio mensual	399

Fuente: Recepción

La primera muestra estuvo conformada por el 100% de la población.

La segunda muestra se determinó en base a la fórmula para poblaciones finitas:

$$n = \frac{N \times Z_{\alpha}^2 \times p \times q}{e^2 \times (N - 1) + Z_{\alpha}^2 \times p \times q}$$

Dónde

La población, fueron 399 clientes, con un nivel de confianza al 95%, probabilidad de acierto al 50%, margen de error al 5%.

Con el cual reemplazando se tiene:

$$n = \frac{399 \times 1.96^2 \times 0.5 \times 0.5}{0.05^2 \times (399 - 1) + 1.96^2 \times 0.5 \times 0.5}$$

$$n = 196$$

Por lo tanto, la muestra de cliente lo conformó un total de 196.

2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

Las técnicas que se utilizaron fueron:

Análisis documental

Que consiste en la recopilación minuciosa de los documentos de compra, ventas y planillas.

Su instrumento será la ficha de cotejo

La entrevista

Fueron preguntas dirigidas al propietario con la finalidad de obtener información relacionada a la forma de aplicación de los costos y fijación de precios, actuales.

El instrumento fue el cuestionario de entrevista.

La encuesta

Permitió conocer el enfoque que tienen los clientes sobre el precio de la empresa. Que fueron preguntas dirigidas a los clientes.

El instrumento fue el cuestionario de encuesta.

Confiabilidad del instrumento

Se realizó a base de los resultados de la encuesta aplicada a los clientes que fueron un total de las 8 preguntas se muestra a continuación:

		N	%
Casos	Válido	196	100,0
	Excluido	0	,0
	Total	196	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Alfa de Cronbach	N de elementos
,813	8

2.5 Procedimiento

2.5.1 Métodos de análisis de datos

Para el análisis de datos se utilizó el procesamiento en el programa Excel versión 2016, que permitió organizar y mostrar los resultados en tablas y en gráficos.

2.5.2 Aspectos éticos

Los criterios éticos de la investigación se basaron según lo propuesto por García, Jiménez, Arnaud, Ramírez, & Lino (2014) que mencionan que se debe seguir en la investigación:

Almacenamiento y custodia de los documentos de estudio; que son responsabilidad del investigador, donde la custodia se debe mantener por un periodo que permita una verificación oportuna del contenido.

Confidencialidad en el manejo de la información; Manejo del producto en estudio y la identidad de los participantes.

III. RESULTADOS

3.1 Evaluar el sistema de costos actual del servicio en el Hostal Montecristo, Bagua Grande.

El sistema de costos se evaluó mediante un cuestionario de entrevista dirigido al propietario del inmueble, el cual se realizó en la recepción del hospedaje, cuyas preguntas que se realizaron se muestran a continuación.

1. ¿La empresa cuenta con un registro de los materiales directos del Hostal Montecristo?

Se encontró una deficiencia en los registros de costos, porque la empresa no cuenta con un registro de materiales, sólo se archivan las boletas de compras.

Entre los principales productos que se compran para el servicio se tiene (ver figura 1)

Figura 2: principales materiales del hostel



Fuente: Entrevista

Con el cual se evidencia que la empresa desconoce el costo de los materiales.

2. ¿Qué criterio se emplea para realizar la compra de insumos en el Hostal Montecristo?

Se encontró que la empresa no cuenta con criterios establecidos de compra, ya que lo único que busca es bajos costos, no exige garantías a los proveedores, porque manifiesta que los clientes nunca se han quejado con los productos que ofrecen.

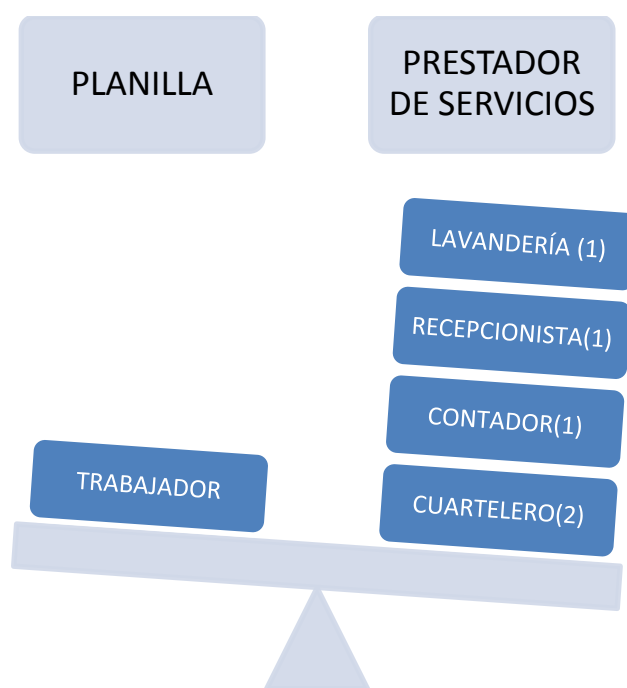
3. ¿Dispone de una descripción de cada uno de los puestos de trabajo en el Hostal Montecristo?

No se dispone de una descripción de los puestos de trabajo en la empresa.

4. ¿Cuántos trabajadores hay en la empresa?

Trabajador directo de la empresa que se encuentra en planilla sólo 1, los demás (5) son prestadores de servicios, los cuales se muestran a continuación (ver figura 3)

Figura 3: Trabajadores del Hostal Montecristo – Bagua Grande



Fuente: Entrevista

5. Recibe capacitación el personal

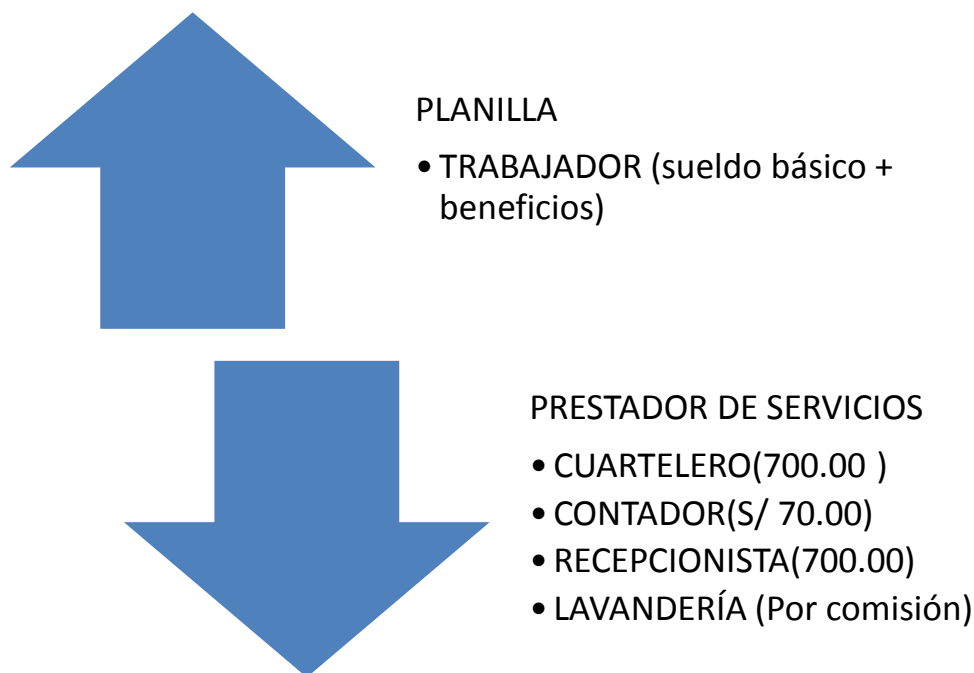
Por lo general no recibe capacitación, el personal va aprendiendo conforme realiza su trabajo.

6. ¿Cuál son las modalidades de incentivos y sueldos de los trabajadores?

No se ofrecen incentivos, lo único que se brinda es el sueldo básico al trabajador de planilla y todos sus beneficios.

Y los demás trabajadores se indican a continuación:

Figura 4: Sueldo de los trabajadores del Hostal Montecristo – Bagua Grande

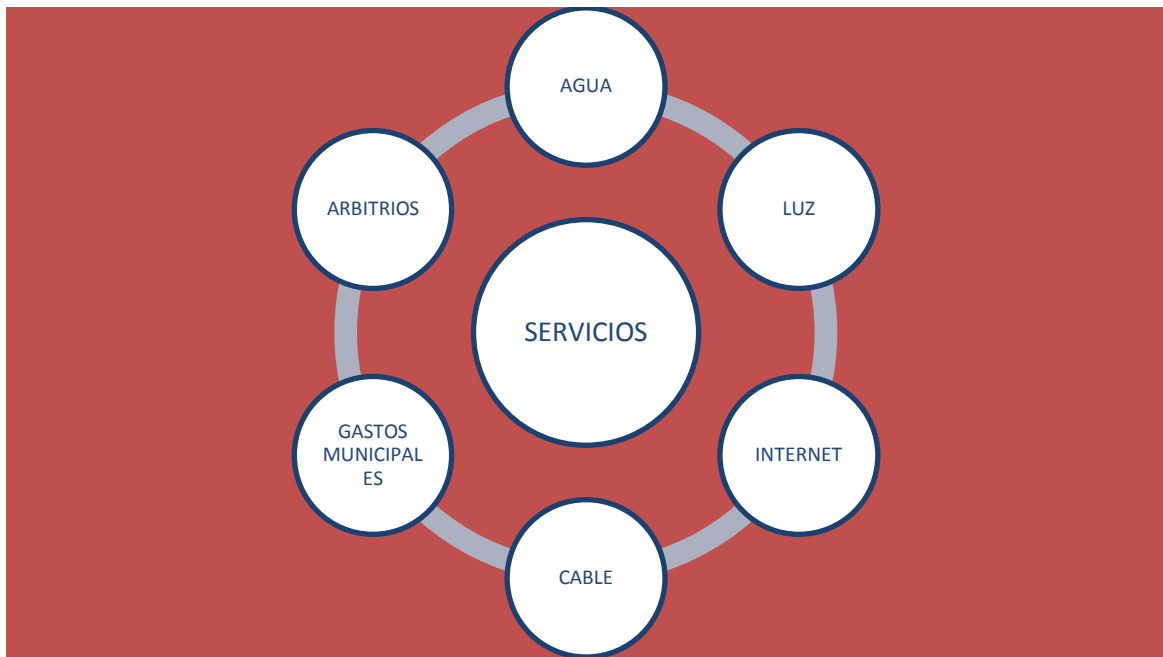


Fuente: Entrevista

7. ¿Cuáles son los servicios que se paga en la empresa?

Entre los servicios que se pagan del Hostal, se tiene el de agua y luz, internet, cable, gastos de servicios municipales, arbitrios. Los servicios de agua y luz varían cada mes, los demás se mantiene fijos todos los meses.

Figura 5: Servicios que paga el Hostal Montecristo – Bagua Grande



Fuente: Entrevista

8. ¿En la empresa se realizan mantenimiento a los equipos?

No se realiza el mantenimiento de los equipos (televisores), por lo general cuando tienen un problema de falla se contrata un servicio de mantenimiento.

9. ¿Existe registro contable de los costos de los servicios que se pagan en el Hostal?

De eso, se encarga el contador, sólo para fines de la declaración.

10. ¿Se calcula los costos del servicio de hospedaje en el Hostal Montecristo?

Sólo se realiza con fines de la declaración, pero en si no se conoce cuál es el costo del servicio.

11. ¿El mercado en el que se encuentra en el hostel tiene cambios variables en la demanda de habitaciones?

Los cambios de demanda, existen los cuales muchas veces se incrementan en las vacaciones, por el aumento de turistas, también en fiestas patrias, o actividades como exámenes de docentes, aniversario o fiestas que se realizan.

12. ¿Se ha preocupado en conocer los márgenes de la competencia?

No conocen cuánto ganan, pero siempre se mantiene el mismo precio de la competencia.

3.2 Determinar la competitividad de los precios de venta del servicio en el Hostal Montecristo, Bagua Grande.

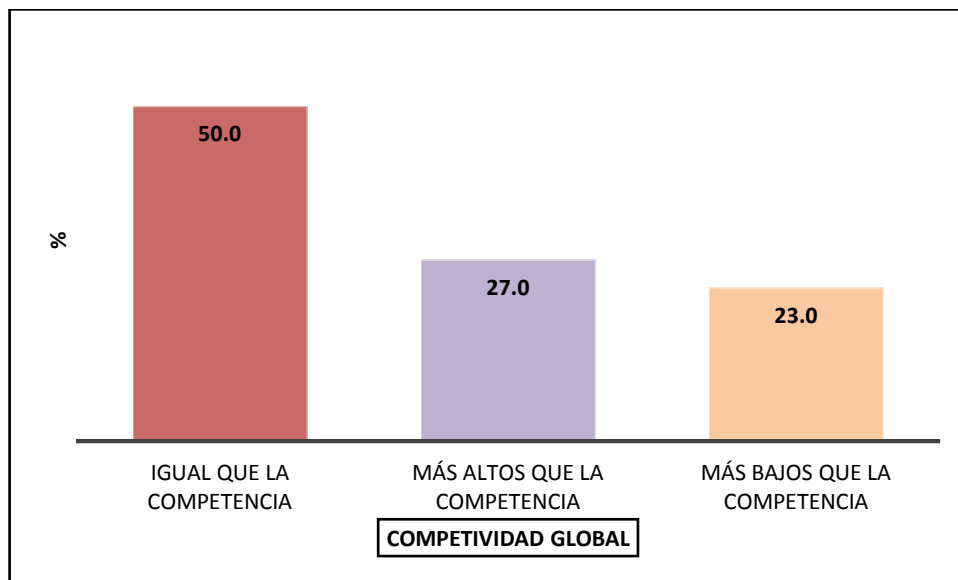
Tabla 3

Competitividad de los precios de venta del servicio del Hostal Montecristo – Bagua Grande

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Igual que la competencia	98	50,0	50,0
Más altos que la competencia	53	27,0	77,0
Más bajos que la competencia	45	23,0	100,0
Total	196	100	

Fuente: Encuesta

Figura 6: Usted considera que los precios del Hostal Montecristo n comparación con la competencia son:



Interpretación

El 50% de los clientes indican que el precio del Hostal Montecristo es igual que el de la competencia o de otros hostales, el 27% indica que es más alto, mientras el 23% indica que es más bajo.

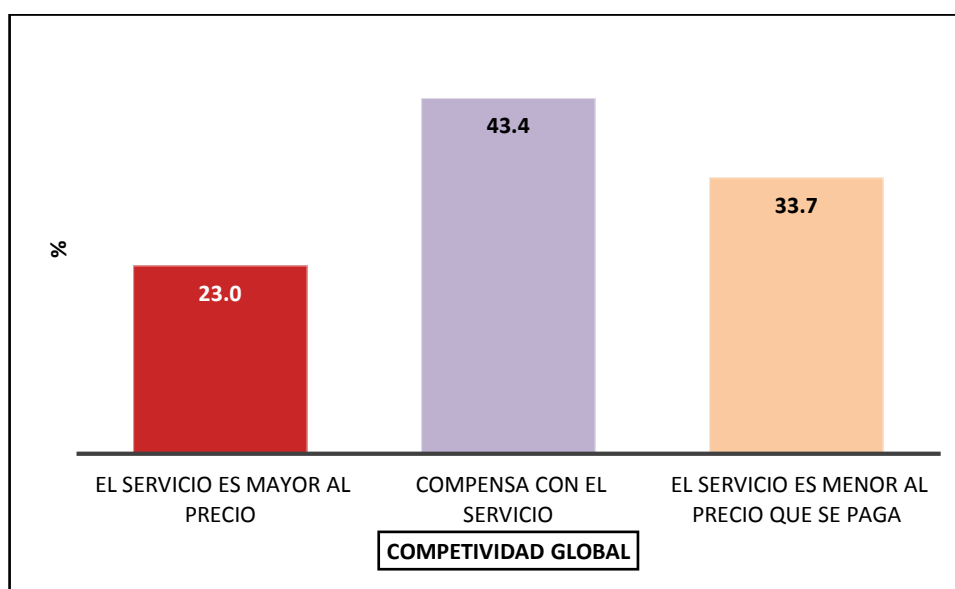
Tabla 4

Relación Servicio precio del hostel Montecristo, Bagua Grande

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
El servicio es mayor al precio	45	23,0	23,0
Compensa con el servicio	85	43,4	66,3
El servicio es menor al precio que se paga	66	33,7	100,0
Total	196	100	

Fuente: Encuesta

Figura 7: ¿Considera que el servicio que presta el Hostal Montecristo está acorde al precio que cobra?



Interpretación

El 43,4% de los clientes indican que el precio del Hostal Montecristo compensa con el servicio que se cobra, el 23% el servicio es mayor al que se paga y el 33,7% el servicio es menor al precio que se paga.

Tabla 5

Precios actuales del servicio del Hostal Montecristo – Bagua Grande

Servicio de hostel	S/
Simple con baño	25
Simple sin baño	15
Doble con baño	40
Tripe con baño	55
Matrimonial	30
Matrimonial	45

Fuente: Ficha de trabajo

Interpretación

Se aprecia que el precio más alto de los servicios, en las habitaciones triple con baño que asciende a 55 soles y el precio más bajo en las habitaciones simple sin baño.

3.3 Identificar los factores que afectan al precio de venta del servicio en el Hostal Montecristo, Bagua Grande.

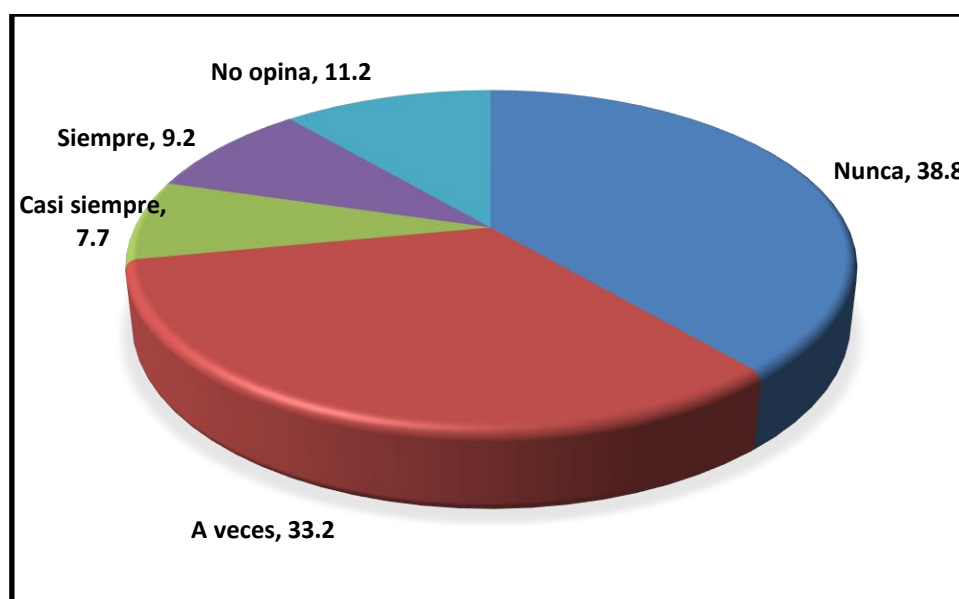
Tabla 6

Fluctuaciones de la demanda

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Nunca	76	38,8	38,8
A veces	65	33,2	71,9
Casi siempre	15	7,7	79,6
Siempre	18	9,2	88,8
No opina	22	11,2	100,0
Total	196	100,0	

Fuente: Encuesta

Figura 8: ¿Con que frecuencia ha encontrado que todas las habitaciones están llenas?



Fuente: Encuesta

Interpretación

El 38,8% de los encuestados indica que nunca ha encontrado lleno al hostal Montecristo, el 33,2% indica que a veces, el 11,2% no opina, el 9,2% siempre y el 7,7% casi siempre.

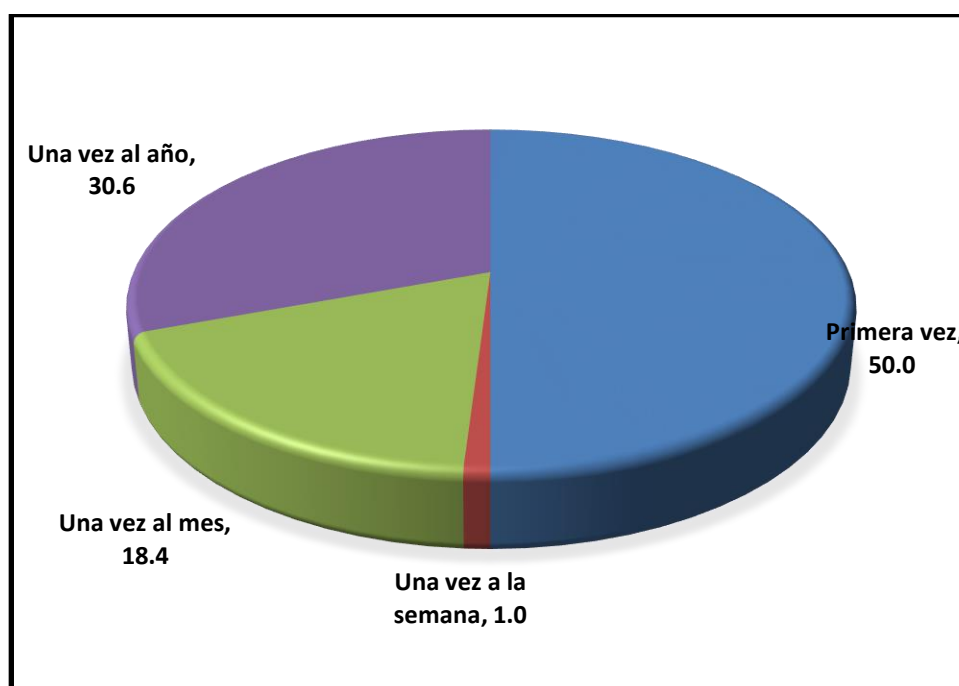
Tabla 7

Frecuencia de uso del servicio del Hostal Montecristo

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Primera vez	98	50,0	50,0
Una vez a la semana	2	1,0	51,0
Una vez al mes	36	18,4	69,4
Una vez al año	60	30,6	100,0
Total	196	100,0	

Fuente: Encuesta

Figura 9: ¿Con que frecuencia usted usa el servicio del Hostal Montecristo?



Fuente: Encuesta

Interpretación

El 50% de los clientes encuestados indica es primera vez que adquieren el servicio del hostal Montecristo, el 30,6% una vez al año, el 18,4% una vez al mes y sólo el 1% una vez a la semana.

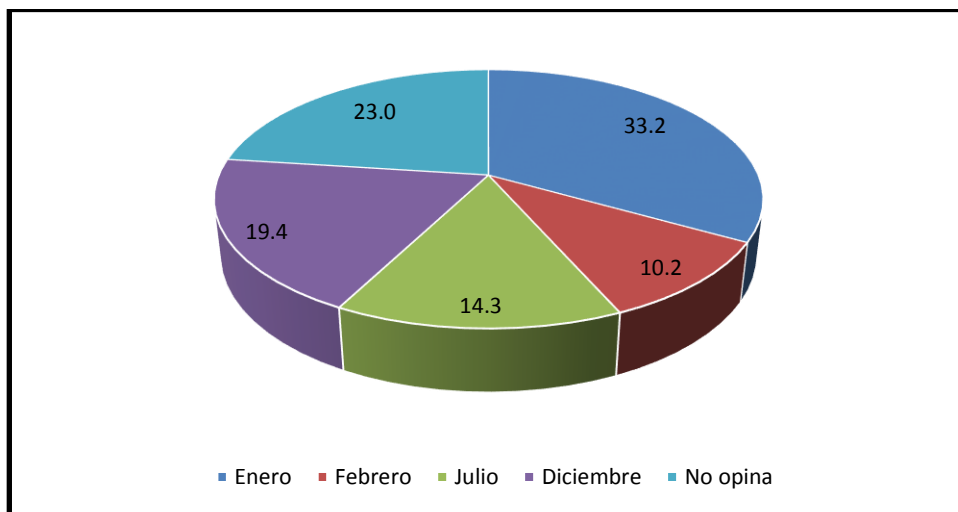
Tabla 8

Percepción de las temporadas más altas de clientes en el Hostal Montecristo

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Enero	65	33.2	33.2
Febrero	20	10.2	43.4
Julio	28	14.3	57.7
Diciembre	38	19.4	77.0
No opina	45	23.0	100.0
Total	196	100.0	

Fuente: Encuesta

Figura 10: ¿E qué temporada usted considera que hay más clientes que demandan el servicio de hotelería en Bagua Grande?



Fuente: Encuesta

Interpretación

El 33,2% de los clientes encuestados indican que los meses de enero son de mayor temporada, el 23% no opina, el 19,4% en diciembre, el 14,3% en julio y un 10,2% en febrero.

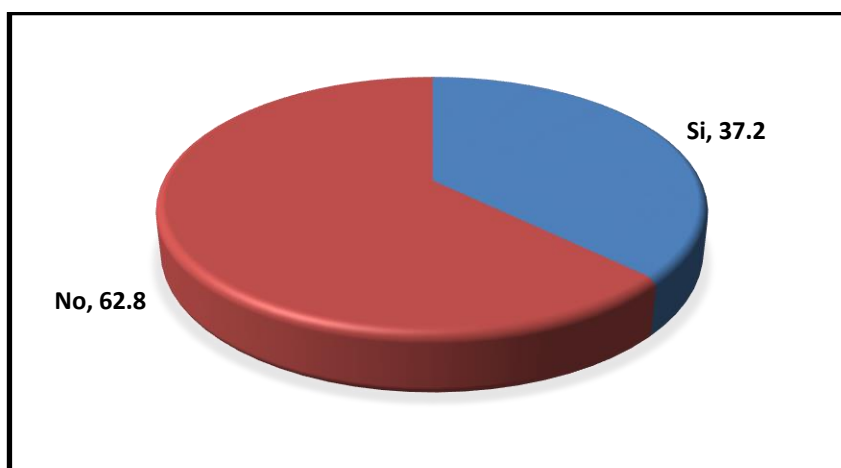
Tabla 9

Distribución de clientes que solicitaron recomendaciones antes de adquirir el servicio del Hostal Montecristo

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Si	73	37.2	37.2
No	123	62.8	100.0
Total	196	100.0	

Fuente: Encuesta

Figura 1: ¿Usted acudió a recomendaciones antes de adquirir el servicio de Hospedaje en el Hostal Montecristo?



Fuente: Encuesta

Interpretación

El 62,8% de los clientes no buscó recomendaciones para adquirir el servicio del hostel, mientras el 37,2 % Si buscó recomendaciones.

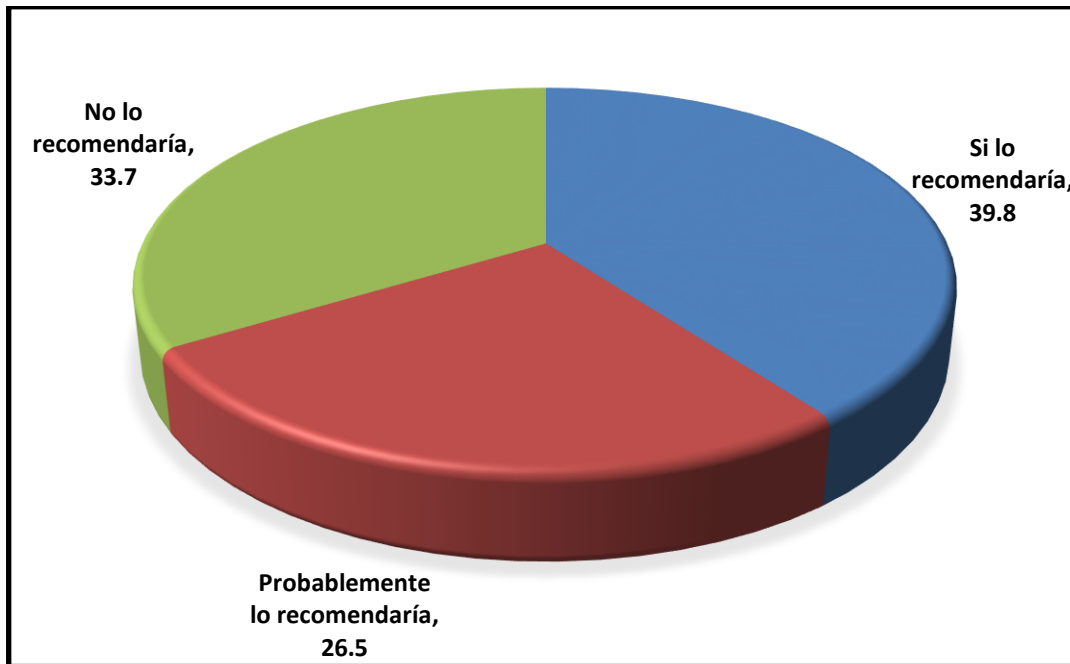
Tabla 10

Recomendación de los clientes a sus amigos y familiares

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Si lo recomendaría	78	39,8	39,8
Probablemente lo recomendaría	52	26,5	66,3
No lo recomendaría	66	33,7	100,0
Total	196	100,0	

Fuente: Encuesta

Figura 12: ¿Usted recomendaría el servicio del hospedaje Montecristo a tus amigos y familiares?



Fuente: Encuesta

Interpretación

El 39,8% de los clientes manifiesta que, si recomendaría el servicio del hostel Montecristo, el 33,7% indica que no lo recomendaría y un 26,5% probablemente lo recomendaría.

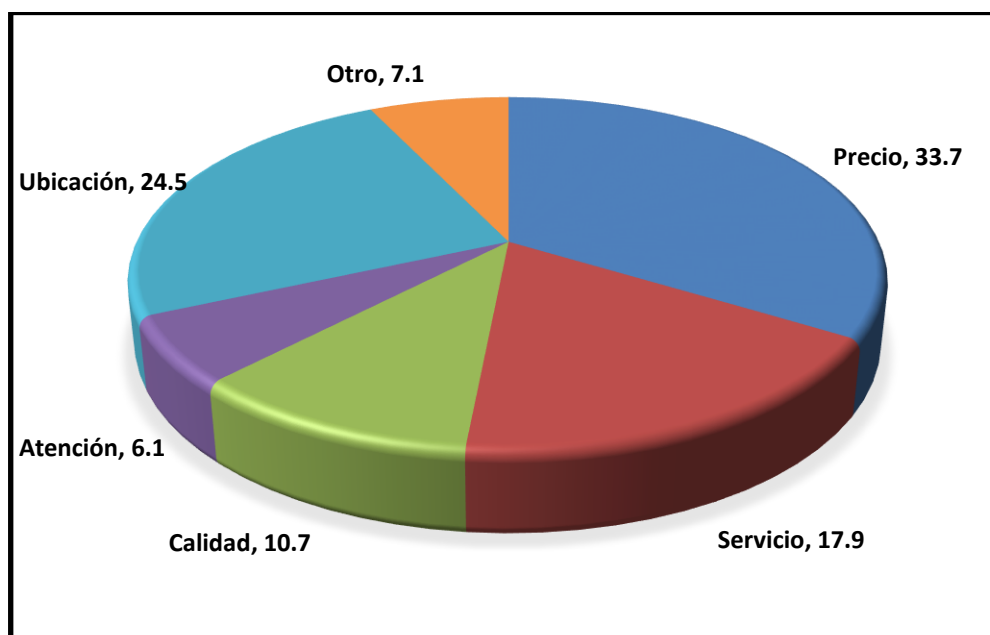
Tabla 1

Factores que consideró para elegir el servicio de hospedaje del Hostal Montecristo

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Precio	66	33,7	33,7
Servicio	35	17,9	51,5
Calidad	21	10,7	62,2
Atención	12	6,1	68,4
Ubicación	48	24,5	92,9
Otro	14	7,1	100,0
Total	196	100,0	

Fuente: Encuesta

Figura 23: ¿Cuáles fueron los factores que consideró para elegir el servicio de hospedaje del Hostal Montecristo?



Fuente: Encuesta

Interpretación

El 33,7% de los clientes encuestados indica que el factor por el cual elige el hostal Montecristo es por el precio, el 24,5% por la ubicación, el 17,9% por el servicio, el 10,7% por la calidad, el 6,1% por la atención y el 7,1% otro factor.

IV. DISCUSIÓN

Los sistemas de costos en el sector hotelero, se convierte en una herramienta primordial porque le permite determinar y conocer los costos por cada tipo de habitación, así como llevar un mejor registro de los gastos que se incurren para ofrecer un buen servicio a los Huéspedes.

La discusión de la investigación responde al primer objetivo específico que fue evaluar el sistema de costos actual del servicio en el Hostal Montecristo, Bagua Grande, donde se encontró que la empresa no cuenta con un registro de materiales, sólo archivan las boletas, además no cuenta con criterios para elegir a sus proveedores, además hay problemas en la planilla de pagos, ya que un solo trabajador recibe sus beneficios, los demás trabajadores perciben renta de cuarta categoría y también se encontró los tipos de servicio de la empresa son: agua, luz, internet, cable, y otros, otro problema son los pagos por mantenimiento, pero no se realiza con planificación, sino que son mantenimientos correctivos. Y la empresa no calcula los costos del servicio, solo se establece el costo de venta con fines de la declaración. Resultado encontrado en el estudio de Reyes & Suárez (2017) donde tampoco hay conocimiento exacto sobre los insumos que se utilizan en el servicio de hospedaje, esto no les permite tener un control por no contar con un sistema de costos por servicios.

Con respecto a la competitividad de los precios de venta del servicio en el Hostal Montecristo, Bagua Grande, la cual se realizó mediante una encuesta dirigida a los clientes, donde para verificar si el precio es competitivo, el 50% considera que es igual que la competencia, incluso un 27% indica que es más alto que la competencia y sólo el 23% considera que es más bajo que la competencia. Donde el 43,4% indica que el precio va acorde al servicio que se ofrece y sólo el 23% se ofrece un servicio superior, tal como indica Tornatore (s.f), que el precio se puede fijar aprovechando las ventajas competitivas, es decir, el precio puede ser más bajo que el de la competencia u ofrecer un mayor precio pero con servicios de mayor calidad o que supere lo que ofrece la competencia, caso que no sucede en el estudio, porque los clientes consideran que el precio es igual que a competencia y que el precio es igual al servicio que se ofrece, el servicio no es superior, por lo tanto el precio no se puede incrementar.

Los factores que afectan al precio de venta del servicio en el Hostal Montecristo, Bagua Grande, existe fluctuaciones de la demanda ya que 61.2% ha encontrado en alguna oportunidad lleno el hostal, asimismo la frecuencia de uso del servicio es por única vez, al menos el 37,2% solicito sugerencias del precio del Hostal, sólo el 39,8% recomendaría el hostal a un amigo o familiar. EL factor predominante de la elección fue el precio (33,7%) y la ubicación del hostal (24,5%), igual como lo expresa Franco (2015), ya que manifiesta que el precio es clave para la elección de un cliente y puede funcionar como una herramienta promocional.

En el sistema de costos tradicionales del servicio en el Hostal Montecristo, Bagua Grande, se estableció el costo por cada tipo de habitación donde se obtuvo un costo promedio de S/ 15, 17 soles, y un margen general del 86,01% **sobre los costos**. Porque Gómez (2011) manifiesta que los sistemas tradicionales de costos consideran debe determinar correctamente el costo del producto o servicio. Esta herramienta tiene, entre otras, la ventaja de reducir al mínimo el prorrateo de los gastos indirectos de fabricación. En este caso se logra el prorrateo con el porcentaje que representa el alquiler de la habitación. Además, los precios del servicio se encuentran por debajo del estudio realizado de López & Rivero (2015) donde los precios son 120 soles habitación matrimonial y doble, 80 soles la simple y 140 la triple.

V. CONCLUSIONES

Se determinó que, mediante el sistema de costos tradicional en el Hotel Montecristo, se obtuvo que la empresa sólo emplea un precio de acuerdo a la competencia, sin considerar sus costos, asimismo el sistema de costos permitió establecer adecuadamente los precios, donde la empresa puede aplicar sus estrategias promocionales sin colocar precios por debajo de los costos, así como tener precios competitivos.

1. Al analizar sistema de costos del el Hostal Montecristo es empírico, porque carecen de un registro contable de costos, siendo su única finalidad la tributación, más no para establecer el costo del servicio de hospedaje, no hay un registro de materiales sólo archivan las boletas de compras, además hay variabilidad en la demanda del servicio, lo que genera que el costo del servicio se vea afectado por las fluctuaciones de la demanda.
2. El Hostal Montecristo, al determinar si tiene una adecuada competitividad de los precios, se detectó que no hay una relación precio, competencia y el servicio ofrecido ya que sólo el 23% considera que el precio del Hotel Montecristo es más bajo que el de la competencia. Con respecto al servicio sólo un 23% consideró superior el servicio en comparación al precio.
3. Los factores que afectan al precio de venta del servicio en el Hostal Montecristo, Bagua Grande, son las fluctuaciones de la demanda 61.2% ha encontrado en alguna oportunidad lleno el hostel, asimismo la frecuencia de uso del servicio es por única vez, al menos el 37,2% solicito sugerencias del precio del Hostal, sólo el 39,8% recomendaría el hostel a un amigo o familiar. El factor clave en la elección del hostel es el precio (33,7%) y la ubicación del hostel (24,5%).
4. El sistema de costos tradicionales propuesto para el servicio en el Hostal Montecristo, Bagua Grande, se obtuvo un costo promedio de S/ 15, 17 soles, asimismo el costo por tipo de habitación es Habitación simple con baño S/13.54, Habitación simple sin baño S/ 8.75, Habitación doble S/ 20.8, habitación triple Habitación S/ 28.09, habitación matrimonial de 30 a S/ 16.61 y la habitación matrimonial 45 con el costo de S/.23.47.

VI. RECOMENDACIONES

Se recomienda al propietario del Hostal Montecristo, calcular los costos de acuerdo a las fluctuaciones de la demanda con la finalidad de determinar los costos, así como emplear estrategias promocionales en épocas de baja demanda.

1. Se recomienda al propietario del Hostal Montecristo regularizar y formalizar los pagos del personal, a fin de evitar fiscalizaciones y multas del SUNAFIL, asimismo implementar registros de ingresos, de materiales y compras, a fin de que se facilite el cálculo del costo por habitación.
2. Se recomienda al propietario de la empresa, realizar un estudio de mercado, a fin de evaluar los precios y servicios de los hostales de Bagua grande, así como aquellos que se consideran competencia directa.
3. Se recomienda al propietario realizar campañas promocionales en temporadas bajas, ya que el costo permite llevar a cabo dicha estrategia. Así como realizar mejoras en el servicio con la finalidad de mejorar la percepción del servicio de la empresa. Así como considera la promoción del hostel a través de buscadores en internet, con la finalidad de que el cliente pueda reservar el hostel.
4. Se recomienda al propietario llevar a cabo el sistema de costos tradicionales propuesto para el servicio en el Hostal Montecristo, Bagua Grande.

VII. PROPUESTA

Elaborar el sistema de costos tradicionales del servicio en el Hostal Montecristo, Bagua Grande.

El sistema de costo para el Hostal Montecristo, Bagua grande, consiste en establecer los costos para cada uno de los servicios del hospedaje de la empresa, en el lapso de un Año, ya que la empresa tiene ingresos variables los cuales dependen de las fluctuaciones de la demanda. Es por eso que se empieza con los ingresos de la empresa, porque en base a los ingresos se va a establecer la distribución de los costos indirectos.

El cual se parte de la capacidad de la empresa, que corresponde al número de habitaciones y sus respectivas tarifas.

Tabla 22: Servicios de hotelería de la empresa

SERVICIO DE HOSTAL	Nº HABITACIONES	S/
Simple con baño	9	25
Simple sin baño	4	15
Doble con baño	2	40
Tripe con baño	1	55
Matrimonial	5	30
Matrimonial	1	45

Fuente: Recepción

Además, los ingresos provienen de los diferentes tipos de habitaciones que cuenta la empresa, ya que los precios varían. Lo cual es clave para determinar los costos, por eso es importante que en la empresa se cuente con un registro de ingresos, para que la empresa pueda establecer sus ingresos mensuales, así como los ingresos por tipo de habitación.

Asimismo, a continuación, se muestra los ingresos, que permiten establecer el porcentaje de los ingresos.

Tabla 33: ingresos en soles del servicio de hostel Montecristo, año 2017, en

	Simple c/b	Simple s/b	Doble c/b	Triple c/b	Matrimonial 30	Matrimonial 45	TOTAL	%
Enero	5400	1080	320	1100	300	180	8380	6.26
Febrero	5850	1200	1600	1375	2700	540	13265	9.91
Marzo	5175	1200	1760	1155	1950	540	11780	8.80
Abril	3150	1140	2000	1375	1800	1035	10500	7.85
Mayo	3150	1440	2000	1100	2700	1080	11470	8.57
Junio	4950	1200	1600	1265	2250	945	12210	9.12
Julio	3375	1140	2000	1375	600	1170	9660	7.22
Agosto	2250	1200	1600	1540	1800	1260	9650	7.21
Setiembre	4050	1380	1920	1100	2250	900	11600	8.67
Octubre	5625	1260	1040	1375	3750	540	13590	10.16
Noviembre	4500	480	2240	1430	600	405	9655	7.21
Diciembre	4950	1140	1840	1375	1500	1260	12065	9.02
TOTAL	52425	13860	19920	15565	22200	9855	133825	100%
%	39.17	10.36	14.89	11.63	16.59	7.36	100%	

Fuente: Recepción

Donde se evidencia, que los mayores ingresos son las habitaciones simples con baño, la cual representa el 39,17% de los ingresos. La habitación matrimonial el 16,59%

Además, se propone un registro para el tipo de habitación para que al final se pueda establecer los ingresos por mes y al año.

Tabla 44: Formato de registro de los ingresos

MES:								
N°	Fecha	Nro comprobante	Tipo de servicio					
			Simple c/b	Simple s/b	Doble c/b	Triple c/b	Matrimonial 30	Matrimonial 45
TOTAL HABITACIONES								

Fuente: Elaboración propia

El registro de los ingresos y la cantidad de habitaciones alquiladas es importante, para establecer los porcentajes del costo.

Dentro de los costos de las habitaciones se tiene:

Mano de obra directa

Materiales directos

Costos indirectos de fabricación

Primero se va establecer los costos por grupos, para que luego se asigne el costo a cada tipo de habitación. Según el número de habitaciones alquiladas al año.

La empresa, sólo cuenta con un personal en planilla, a los demás se les paga con recibo por honorarios, ya que son prestadores de servicios. Pero se consideran algunos dentro de la mano de obra directa, porque se encuentra en relación con el servicio que se ofrece a los huéspedes en el Hostal Montecristo.

Tabla 55: Costo del personal de mano de obra directa

Mano de obra directa								
N°	PLANILLA	Sueldo	Essalud	CTS	Vacaciones	Gratificación	Mensual	Anual
1	Trabajador	850	76,50	70,83	70,83	141,67	1209,83	14518
	Servicios							
1	Recepcionista	700					700	8400
2	Cuartelero	700					1400	16800
	TOTAL						S/3,309.83	S/39,718.00

Fuente: Contador

Se aprecia que el pago de planilla al mes asciende a S/ 3309.83 soles, mientras el monto anual fue un total de S/ 39,718 soles.

Tabla 66: Materiales de las habitaciones

	MATERIAL	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL ANUAL
Simple con baño	Papel Higiénico	2097	0.75	1572.75
	Jabón	2097	0.22	461.34
Simple sin baño	Papel Higiénico	924	0.75	693
	Jabón	924	0.22	203.28
Doble con baño	Papel Higiénico	498	0.75	373.5
	Jabón	498	0.22	109.56
Tripe con baño	Papel Higiénico	283	0.75	212.25
	Jabón	283	0.22	62.26
Matrimonial	Papel Higiénico	740	0.75	555
	Jabón	740	0.22	162.8
Matrimonial	Papel Higiénico	219	0.75	164.25
	Jabón	219	0.22	48.18
TOTAL				4618.17

Fuente: Contador

Se aprecia que los principales materiales de las habitaciones son el papel higiénico y el jabón.

Costos indirectos

Entre los costos indirectos se encuentran los de limpieza, mano de obra indirecta, servicios y la depreciación de los equipos y muebles.

Tabla 77: Depreciación

	MATERIAL	CANTIDAD	PRECIO POR UNIDAD	DEPRECIACIÓN ANUAL
Simple con baño	Cama	9	350	315
	Silla	9	25	22.5
	Mesa	9	125	112.5
	Ventilador	9	130	117
	Perchero	9	58	52.2
	Televisor	9	650	585
Simple sin baño	Cama	4	350	140
	Silla	4	25	10
	Mesa	4	125	50
	Ventilador	4	130	52
	Perchero	4	58	23.2
	Televisor	4	650	260
Doble con baño	Cama	4	350	140
	Silla	4	25	10
	Mesa	2	125	25
	Ventilador	2	130	26
	Perchero	2	58	11.6
	Televisor	2	650	130
Tripe con baño	Cama	3	350	105
	Silla	1	25	2.5
	Mesa	1	125	12.5
	Ventilador	1	130	13
	Perchero	1	58	5.8
	Televisor	1	650	65
Matrimonial	Cama	5	650	325
	Silla	5	25	12.5
	Mesa	5	125	62.5
	Ventilador	5	130	65
	Perchero	5	58	29
	Televisor	5	850	425
Matrimonial	Cama	1	800	80
	Silla	1	25	2.5
	Mesa	1	125	12.5
	Ventilador	1	130	13
	Perchero	1	58	5.8
	Televisor	1	850	85
TOTAL				3403.6

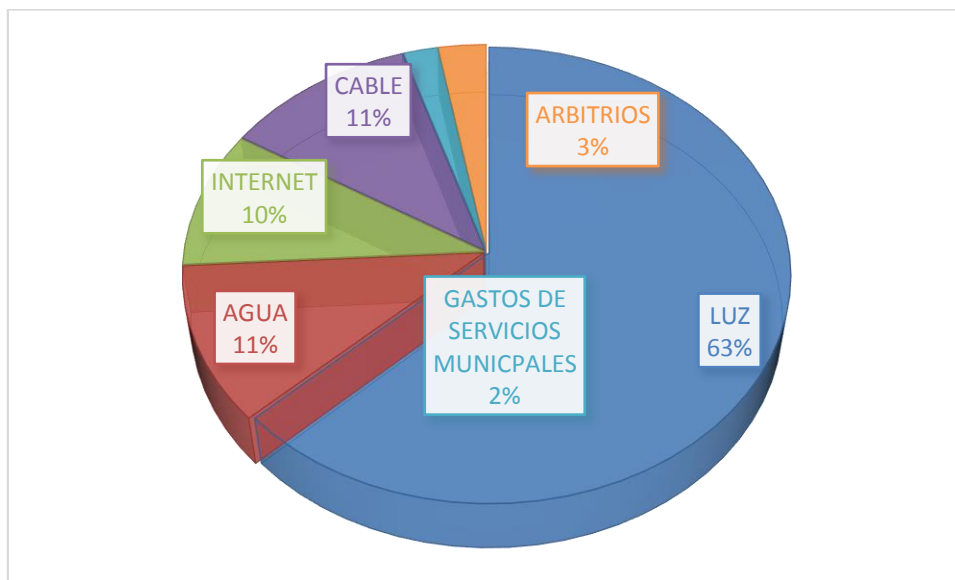
Fuente: empresa

Tabla 88: Servicios

SERVICIOS	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
LUZ	650	7800
AGUA	114	1368
INTERNET	100	1200
CABLE	117	1404
GASTOS DE SERVICIOS MUNICIPALES	21	252
ARBITRIOS		350
TOTAL	s/ 1002	s/ 12374

Fuente: empresa

Figura 34: Distribución de los servicios



Fuente: Tabla 17

Del servicio de luz representa el 63%, el 11% el agua y cable, el 10% el internet.

Tabla 19: Materiales de limpieza de las habitaciones

	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL	
			MENSUAL	TOTAL ANUAL
Detergente	4	85	340	4080
Lejía	9	15	135	1620
Limpiador	10	24	240	2880
Trapeador	2	25	50	600
Escoba	2	8	16	192
Ambientador	20	8	160	1920
Desinfectante			941	11292

Fuente: Contador

Tabla 20: Mano de obra indirecta

N°	Puesto	Mano de obra indirecta	
		Mensual	Anual
1	Contador	S/70.00	S/840.00

Fuente: Contador

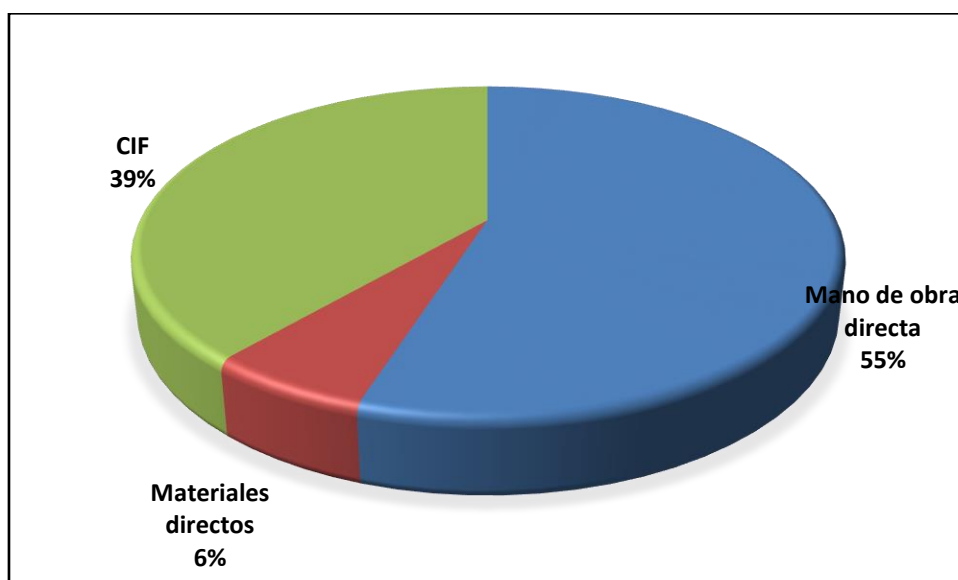
COSTO TOTAL DEL SERVICIO

Tabla 91: Costo total del servicio del Hostal Montecristo, Bagua Grande 2017

Mano de obra directa	39718
Materiales directos	4618.17
CIF	27909.6
Servicios	12374
Materiales indirectos	11292
Mano de obra indirecta	840
Depreciación	3403.6
COSTO TOTAL	72245.77

Fuente: Elaboración propia

Figura 4: Distribución de los costos del hostal Montecristo



Fuente: Tabla 19

Se aprecia que el mayor costo del servicio, son los costos de la mano de obra directa, costos que son fijos, y en segundo lugar los Costos indirectos de fabricación. Los costos de Mano de obra ascienden al 55% de los costos, el CIF el 39% y los materiales directos el 6%.

Tabla 102: Costos por tipo de servicio

	Simple c/b	Simple s/b	Doble c/b	Triple c/b	Matrimonial 30	Matrimonial 45	TOTAL
Mano de obra directa	15559.25	4113.52	5912.07	4619.55	6588.75	2924.87	39718.00
Materiales directos	2034.09	896.28	483.06	274.51	717.80	212.43	4618.17
CIF	10804.25	3073.24	3990.35	3054.06	4984.26	2003.45	27909.60
Servicios	4847.43	1281.55	1841.88	1439.20	2052.70	911.23	12374.00
Materiales indirectos	4423.56	1169.49	1680.83	1313.36	1873.21	831.55	11292.00
mano de obra indirecta	329.06	87.00	125.03	97.70	139.35	61.86	840.00
Depreciación	1204.2	535.2	342.6	203.8	919	198.8	3403.60
COSTO TOTAL	28397.59	8083.04	10385.47	7948.11	12290.81	5140.75	72245.77
Habitaciones alquiladas (días)	2097	924	498	283	740	219	4761.00
Costo Unitario Habitación	13.54	8.75	20.85	28.09	16.61	23.47	15.17
Precio actual	25	15	40	55	30	45	35

Fuente: Elaboración propia

Con el cual se evidencia, que los costos, pueden variar según las fluctuaciones de la demanda por eso es importante que, en la empresa, se realice el cálculo mensual, así como el anual.

Considerando que el precio promedio de las habitaciones es de S/ 35 soles, mientras el costo puede variar según las habitaciones alquiladas al año o al mes, en este caso es de S/15.17 soles.

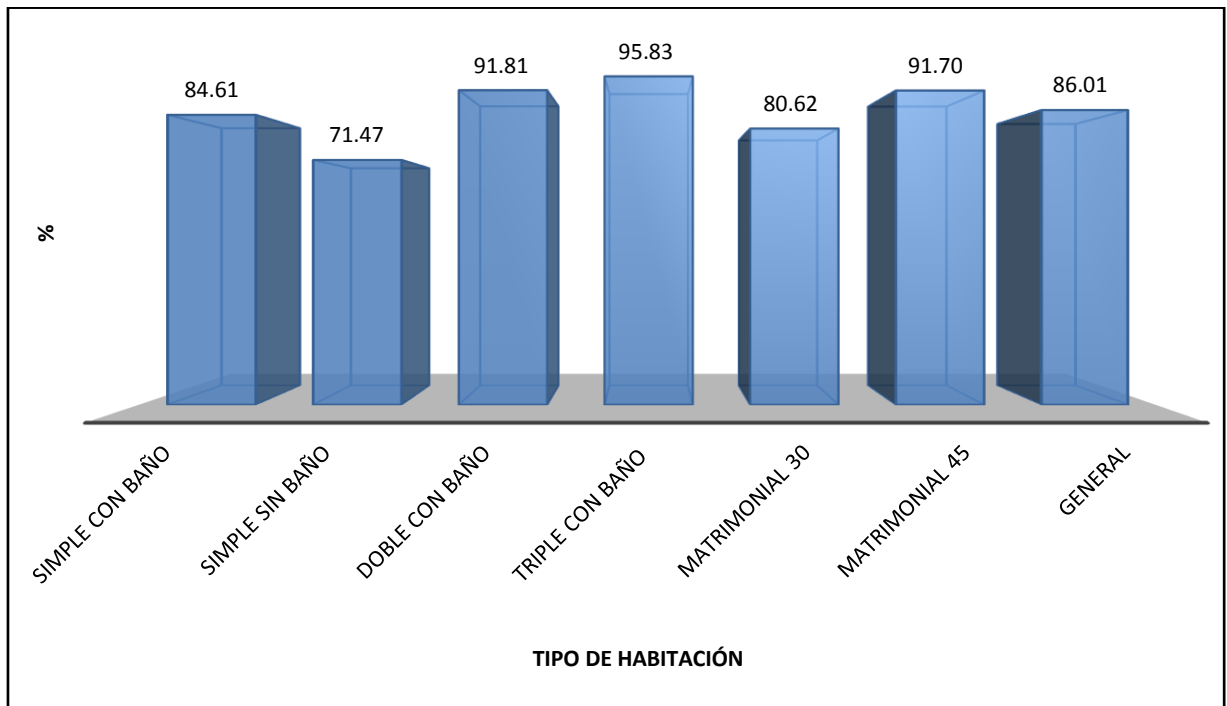
A continuación, se establece los márgenes de ganancias para cada tipo de habitación.

Tabla 113: Margen por habitación

Tipo de habitación	Precio	Costo	Margen
Simple con baño	S/25.00	S/13.54	84.61
Simple sin baño	S/15.00	S/8.75	71.47
Doble con baño	S/40.00	S/20.85	91.81
Tripe con baño	S/55.00	S/28.09	95.83
Matrimonial	S/30.00	S/16.61	80.62
Matrimonial	S/45.00	S/23.47	91.70
General			86.01

Fuente: Costos

Figura 5: Margen del precio sobre el costo del Hostal Montecristo, Bagua Grande



Fuente: Elaboración propia

Se aprecia que la empresa tiene un margen sobre el 86,01% del costo, siendo la habitación con triple baño con mayor margen al 95,83%, le sigue la habitación con doble baño y la matrimonial de 45, tiene el menor margen la habitación simple sin baño.

REFERENCIAS

- Aguirre, A. (2015). *Impact of the Budget system on the eco Thesis to opt for the title of public accountant nomic and financial management in the Restaurants sector, of the province of Piura*. Thesis to opt for the title of public accountant. Trujillo, Perú. University National from Trujillo
- Aguirre, J. G. (2004). *Sistema de costeo: la asignación de costo total a productos y servicios*. Bogotá: Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano.
- Akers, H. (1 de 2 de 2018). *Problemas del costeo tradicional*. Recuperado de <https://www.cuidatudinero.com/13153689/problemas-del-costeo-tradicional>
- Apaza, M. (2010). *Costos ABC, ABM y ABB: herramienta para incrementar la rentabilidad y la competitividad empresarial*. Lima: Entrelineas.
- Barragán, L. (2008). *Hotelería*. México: Instituto Politécnico Nacional.
- Benites & Chàvez (2014). *Method of ABC costs and their impact on the industrial profitability of Rip footwear Land S.A.C*. Thesis to opt for the title of public accountant. University from Madrid
- Bernal, E. (2015). *ABC Cost System Proposal for Transport Company Heavy JP Auquilla S.A*. Ecuador. Recuperado el julio de 2017
- Campo, S., & Yagüe, M. J. (2011). Los precios de referencia en la evaluación online del servicio hotelero. *Estudios de economía Aplicada*, 29(3), 825 – 844.
- Cárdenas, R. A., & Nápoles. (2011). *Costo II: La gestión gerencial*. México: UNAN.
- Espinet, J. M., & Fluvià, M. (2001). Una aproximación a los diferentes precios en el sector hotelero: El ejemplo de la costa Brava Sur. *Cuadernos de Turismo*, 7, 23-34.
- Espinosa, F. (2014). *Costing of financial products based on activities: Implementation of ABC Costing in Micro Financial institutions - Savings and Credit Cooperatives*. Quito, Ecuador.
- Franco, I. (17 de Setiembre de 2015). *El precio es más importante de lo que se piensa*. Recuperado de <https://www.americaeconomia.com/analisis-opinion/el-precio-es-mas-importante-de-lo-que-se-piensa>

- García, J. (2008). *Contabilidad de costos* (3ra ed.). México: McGraw Hill Interamericana.
- Gatica (2015). ABC cost structure desing of the extraction of aggregate material and its impact on the profitability of the company Gatica Perù Ingenieria y SAC Constrution of the city of Tarapoto year 2015. Thesis to opt for the title of public accountant. Obtained from http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/23658/gatica_vf.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Giménez , D., Marín, C., & Cedeño, S. (2015). Factores que influyen en el modelo de costos aplicados para el proceso de toma de decisiones gerenciales por las empresas hoteleras del Estado Nueva Esparta. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 13(1). doi:10.5700/rausp1145
- Gómez, O. (Junio de 2011). Los costos y procesos de producción, opción estratégica de productividad y competitividad en la industria de confecciones infantiles de Bucaramanga. *Rev. esc.adm.neg*, 70.
- Goñaz & Zeballos (2018). Determination of a process cost system to improve the profitability in the company Panaderia Oriental S.R.L of the city of Iquitos, 2016. Thesis to opt for the title of public accountant. University from Iquitos. Obtained from <http://repositorio.ucp.edu.pe/bitstream/handle/UCP/470/GO%C3%91AZ-ZEVALLOS-1-Trabajo-Determinaci%C3%B3n.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Hernández (2016). *System of production costs and its influence in the determination of the cost and price of the meals of the empresa el Paisa E.I.R.L, Cusco district*. Thesis to opt for the title of public accountant. Obtained from http://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/upaorep/2349/1/RE_CONT_JEFFERSON.HERNANDEZ_SISTEMA.DE.COSTOS.DE.PRODUCCION.Y.SU.INFLUENCIA.EN.LA.DETERMINACION.DEL.COSTO_DATOS.pdf
- Hispanic PR Wire. (23 de 6 de 2012). El Hotel Price Index (HPI) de hotels.com revela destinos de viaje muy prometedores en todo el mundo. Texas. Recuperado de hotels.com
- Jung, P., & Dall, R. M. (2016). Formacao de precos em hotelaria: um estudio de caso. *Revista turismo Visao e acao*, 28(1), 106-133.

- López , G., & Rivero , L. E. (2015). *Evaluación del costo de servicio y su incidencia en la Rentabilidad del Hotel Nilas S.A.C. de la ciudad de Tarapoto, periodo 2013*. Tesis de pregrado, Universidad Nacional de San Martín, Tarapoto. Recuperado de <http://repositorio.unsm.edu.pe/handle/11458/1272>
- López, S. (22 de Junio de 2017). *Estrategias de precios en un mercado cada vez más competitivo*. Recuperado de <https://br.escueladenegociosydireccion.com/business/marketing-ventas/estrategias-de-precios-en-un-mercado-competitivo/>
- Lozano , E. N., & Molina , Y. K. (2015). *Análisis de la implementación de los sistemas de costos en el sector hotelero de la ciudad de Cuenca: caso práctico Hotel Cuenca*. Tesis de pregrado, Universidad de Cuenca, Cuenca. Obtenido de <http://dspace.ucuenca.edu.ec/handle/123456789/23366>
- Martin, A. (19 de 2 de 2018). *Cómo determinar la correcta estrategia de precios para tu hotel*. Recuperado de <https://www.smarttravel.news/2018/02/19/determinar-la-correcta-estrategia-precios-hotel/>
- Martínez , M. R. (2009). Evaluación Financiera y Operacional: aplicada en PyMEs hoteleras. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, 65, 31-48.
- Morales, M. A., & Pech, J. L. (2000). Competitividad y estrategia: El enfoque de las competencias esenciales y el enfoque basado en los recursos. *Revista Contaduría y Administración*(197), 47-63.
- Morillo, M. C. (Jul-Dic de 2011). Sistemas de Costos Convencionales para establecimientos de Alojamiento Turístico. *Visión Gerencial*, 2, 373-394. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=465545891012>
- Neninger, D. A., Ramos, Y., Picayo, A. M., & Salgado, G. (2016). Evaluación de los costos de la calidad en un hotel del polo turístico de Varadero. *Retos Turísticos*, 15(1), 27-38.
- Nicolau, J. L. (7 de Abril de 2016). *Los factores que influyen en la fijación de precios en turismo*. Recuperado de <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2016/04/factores-que-influyen-fijacion-precios-turismo/>
- Porter, M. (1989). *Ventaja competitiva*. México: CECSA.

- Portero, P. (2014). *The Strategic Management of Costs in the Decision Making of the Gamo's Footwear Company*. Ecuador
- Ramírez, H. F., & Vanegas, B. (2008). *Gestión de los costos en las Pymes - Problemáticas y alternativas de solución*. Bogotá: Universidad Libre.
- Reyes , M. R., & Suárez , M. A. (2017). *Implementación de un sistema de costos por servicios para mejorar la rentabilidad de la empresa sun palace hotel s.a.c. de Chiclayo, 2015*. Tesis de pregrado, Universidad Señor de Sipan, Chiclayo. Recuperado de <http://repositorio.uss.edu.pe/handle/uss/3877>
- Rodriguez, O., Grzabel, V., & Noguez, L. (2012). *determinación de precios en la industria de la Hotelería*. Uruguay: Revista del Instituto Internacional de Costos.
- Ruiz , A. M. (2017). *Aplicación de un sistema de costos directo para la mejora de la utilidad del hotel plaza grau S.A.C trujillo primer trimestre del 2017*. Tesis de pregrado, Universidad Privada Antenor Orrego, Trujillo. Recuperado de <http://repositorio.upao.edu.pe/handle/upaorep/3006>
- Santos, M., & da Silva, L. C. (2017). Formação de Preço dos Hotéis Turísticos da Cidade de São Luís/Maranhão. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, 11(1), 133-153. doi:10.7784/rbtur.v11i1.1169
- Sinisterra, G. (2006). *Contabilidad de costos*. Bogotá: ECOE Ediciones.
- Soler , I. P., & Gémar, G. (2017). Impact of the April Fair on Seville hotel room prices: Measurement through a hedonic approach. *Tourism & Management Studies*, 13(2), 7-12. doi:DOI: 10.18089/tms.2017.13201
- Solís, K. (2014). *Implentation of a cost system for processes and their influence oon decision making in the agribusiness company Jequetepeque S.R.L of the Guadalupe district in the period 2014*. Thesis to opt for the title of public accountant. University National from Trujillo.
- Tellez, C. (3 de 4 de 2017). *Perú tiene las tarifas más baratas en la región para hoteles 3 estrellas*. Recuperado de <https://gestion.pe/tu-dinero/inmobiliarias/peru-tarifas-baratas-region-hoteles-3-estrellas-132312>
- Terrones (2015). *Implementation of a cost system for processes in the production of organic bananas to improve the profitability of the association of small farmers and ranchers*

algarrobal de moro. Thesis to opt for the title of public accountant. University National from Trujillo.

Tornatore , A. (2014). *Decisiones sobre el precio*. Recuperado de <http://soda.ustadistancia.edu.co/enlinea/Gestion%20de%20mercadeo%20agropecuario/Precio.pdf>

Villalva, J. E. (2017). variables explicativas de la competitividad de la minería de hierro. *Revista Científica Electrónica de Ciencias Gerenciales*, 37(13), 74-108.

ANEXOS

Instrumentos

Anexo 01: Entrevista dirigida al propietario a fin de evaluar el sistema de costos de la empresa hostel Montecristo, Bagua Grande

Estimado gerente: La finalidad de la entrevista es para evaluar el sistema de costo de la empresa, la misma que servirá para proponer mejoras.

13. La empresa cuenta con un registro de los materiales de Hostal
14. Qué criterio se emplea para realizar la compra de insumos en el Hostal
15. Dispone de una descripción de cada uno de los puestos de trabajo
16. Cuántos trabajadores hay en la empresa
17. Recibe capacitación el personal
18. Cual son las modalidades de incentivos y sueldos de los trabajadores.
19. Cuáles son los servicios que se paga en la empresa.
20. En la empresa se realizan mantenimiento a los equipos.
21. Existe registro contable de los costos de los servicios que se pagan en el Hostal.
22. Se calcula los costos del servicio de hospedaje en el Hostal Montecristo
23. El mercado en el que se encuentra en el hostel tiene cambios variables en la demanda de habitaciones
24. Se ha preocupado en conocer los márgenes de la competencia

Anexo 02: Cuestionario de encuesta dirigido a los clientes para evaluar la competitividad de la empresa hostel Montecristo, Bagua Grande

Estimado cliente; estamos interesados en conocer su percepción acerca del precio de la empresa Montecristo

1. En qué temporadas usted considera que hay más clientes que demandan el servicio de hotelería en Bagua Grande
 - a) Vacaciones de enero – febrero
 - b) Festividades
2. Con que frecuencia ha encontrado que todas las habitaciones estaban llenas.
 - a) Nunca
 - b) A veces
 - c) Casi siempre
 - d) Siempre
3. Con que frecuencia usted usa el servicio del Hostal Montecristo
 - a) Primera vez
 - b) Una vez a la semana
 - c) Una vez al mes
 - d) Una vez al año
4. Usted acudió a recomendaciones antes de adquirir el servicio de Hospedaje en el Hostal Montecristo.
 - a) Si
 - b) No
5. Usted recomendaría el servicio del hospedaje Montecristo a sus amigos y familiares
 - a) Si lo recomendaría
 - b) Probablemente lo recomendaría
 - c) No lo recomendaría
6. Cuáles fueron los factores que consideró para elegir el servicio de hospedaje del Hostal Montecristo.
 - a) Precio
 - b) Servicio
 - c) Calidad
 - d) Atención

- e) Ubicación
 - f) Otro.....(indique)
7. Usted considera que los precios del Hostal Montecristo en comparación con las competencias son:
- a) Igual que la competencia
 - b) Más altos que la competencia
 - c) Más bajos que la competencia
8. Considera que el servicio que presta el Hostal Montecristo está acorde al precio que cobra.
- a) El servicio es mayor al precio
 - b) Compensa con el servicio
 - c) El servicio es menor al precio que se paga

Anexo 03: Matriz de consistencia

Título	Problema	Objetivos	hipotesis	Variable	Dimensiones	Indicador	Ítems	Técnicas e instrumentos de recolección de datos
Formulación de un sistema de costos tradicionales para mejorar la competitividad de los precios de venta del servicio en el hostal Montecristo, Bagua Grande – año 2017	¿En qué medida la formulación de un sistema de costos tradicionales mejora la competitividad de los precios de venta del servicio en el Hostal Montecristo, Bagua Grande – año 2017?	<p>Objetivo general Formular un sistema de costos tradicionales para mejorar la competitividad de los precios de venta del servicio en el Hostal Montecristo, Bagua Grande – año 2017?</p> <p>Objetivos específicos 1. Evaluar el sistema de costos actual del servicio en el Hostal Montecristo, Bagua Grande – año 2017. 2. Determinar la competitividad de los precios de venta del servicio en el Hostal Montecristo, Bagua Grande – año 2017. 3. Identificar los factores que afectan al precio de venta</p>	Si se formula un sistema de costos tradicionales entonces mejorará la competitividad de los precios de venta del servicio en el Hostal Montecristo, Bagua Grande – año 2017	Sistema de Costo tradicional Variable independiente	Materia prima	Materiales directos	<p>La empresa cuenta con un registro de los materiales de Hostal</p> <p>Que criterio se emplea para realizar la compra de insumos en el Hostal</p> <p>Dispone de una descripción de cada uno de los puestos de trabajo</p> <p>Cuántos trabajadores tiene la empresa</p> <p>Cuales son las modalidades de incentivos y sueldos de los trabajadores.</p> <p>Cuales son los servicios que se pagan en la empresa.</p> <p>Existe registro contable de los costos de los servicios que se pagan en el Hostal</p> <p>Se calcula los costos del servicio de hospedaje en el Hostal Montecristo</p> <p>El mercado en el que se encuentra en el hostal tiene cambios variables en la demanda de habitaciones</p> <p>Se ha preocupado en conocer los márgenes de la competencia</p>	Entrevista Análisis documental
					Mano de obra	Mano de obra directa		
				Precio de venta Variable dependiente	Factores propios del sector	Fluctuaciones de la demanda Oferta instalada	<p>En qué temporadas usted considera que hay más clientes que demandan el servicio de hotelería en Bagua Grande</p>	Encuesta

		<p>del servicio en el Hostal Montecristo, Bagua Grande – año 2017.</p> <p>4.Elaborar el sistema de costos tradicionales del servicio en el Hostal Montecristo, Bagua Grande – año 2017</p>			<p>Factores internos</p> <p>Factores externos</p> <p>Competividad global</p>	<p>Percepción del precio</p> <p>Comportamiento de la demanda</p> <p>Precio frente a la competencia</p> <p>Relación precio – competidor</p> <p>Precios actuales del servicio</p>	<p>Con que frecuencia ha encontrado que todas las habitaciones estaban llenas.</p> <p>En que medios cuando contrata el servicio de Hospedaje realiza una investigación previa de los precios de hospedaje</p> <p>Usted recomendaría el servicio del hospesja montecristiso a sus amigos y familiares</p> <p>Cuales fueron los factores que consideró para elegir el servicio de hospesja del Hostal Montecristo</p> <p>Considera que el Hostal Montecristo cuenta con precios competitivos en relación a la competencia</p> <p>Usted considera que los precios del Hostal Montecristo en comparación con la competencias son:</p> <p>Cuales son los precios actuales del servicio del Hostal Montecristo</p>	<p>Análisis documental</p>
--	--	--	--	--	---	---	--	----------------------------

Anexo 04: validación de expertos

ANEXO

INFORME DE VALIDACIÓN

I.- DATOS GENERALES:

1.1. Experto o Especialista: Lucero Suárez Vásquez

1.2. Grado Académico o Títulos:

- Contador Público
- Magister con mención en Gestión Pública

1.3. Cargos y Experiencia Laboral:

- Docente en la Universidad Politécnica Amazónica EN EL AÑO 2019
- Gerente Municipal en Municipalidad Distrital de La Coipa-San Ignacio-Cajamarca en el año 2014.
- Director del sistema administrativo en la UNIDAD DE GESTIÓN EDUCATIVA LOCAL UTCUBAMBA en el año 2013.
- Contador especialista en liquidación de obras públicas en ESTUDIO CONTABLE RAMOS & ASOCIADOS en el año 2011.

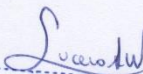


Mg. CPC. Lucero Suárez Vásquez
Mat. 04-2864

Cuestionario de encuesta dirigido a los clientes para evaluar la competitividad de la empresa hostel Montecristo, Bagua Grande.

Estimado cliente; estamos interesados en conocer su percepción acerca del precio de la empresa Montecristo

1. En qué temporadas usted considera que hay más clientes que demandan el servicio de hotelería en Bagua Grande
 - a) Vacaciones de enero – febrero
 - b)
2. Con qué frecuencia ha encontrado que todas las habitaciones estaban llenas.
 - a) Nunca
 - b) A veces
 - c) Casi siempre
 - d) Siempre
3. Con qué frecuencia usted usa el servicio del Hostal Montecristo.
 - a) Primera vez
 - b) Una vez a la semana
 - c) Una vez al mes
 - d) Una vez al año
4. Usted acudió a recomendaciones antes de adquirir el servicio de Hospedaje en el Hostal Montecristo.
 - a) Si
 - b) No
5. Usted recomendaría el servicio del hospedaje Montecristo a sus amigos y familiares.
 - a) Si lo recomendaría
 - b) Probablemente lo recomendaría
 - c) No lo recomendaría
6. Cuáles fueron los factores que consideró para elegir el servicio de hospedaje del Hostal Montecristo.
 - a) Precio
 - b) Servicio
 - c) Calidad



Mg. CPC. Lucero Suárez Vásquez
Mat. 04-2864

- d) Atención
 - e) Ubicación
 - f) Otro.....(indique)
7. Usted considera que los precios del Hostal Montecristo en comparación con la competencia son:
- a) Igual que la competencia
 - b) Más altos que la competencia
 - c) Más bajos que la competencia
8. Considera que el servicio que presta el Hostal Montecristo está acorde al precio que cobra.
- a) El servicio es mayor al precio
 - b) Compensa con el servicio
 - c) El servicio es menor al precio que se paga



Mj. CPC Lucero Suárez Vázquez
- Mat. 04-2864

Entrevista dirigida al propietario a fin de evaluar el sistema de costos de la empresa hostel Montecristo, Bagua Grande

Estimado gerente: La finalidad de la entrevista es para evaluar el sistema de costo de la empresa, la misma que servirá para proponer mejoras.

1. La empresa cuenta con un registro de los materiales de Hostal.
2. Qué criterio se emplea para realizar la compra de insumos en el Hostal.
3. Dispone de una descripción de cada uno de los puestos de trabajo.
4. Cuántos trabajadores hay en la empresa.
5. Recibe capacitación el personal.
6. Cual son las modalidades de incentivos y sueldos de los trabajadores.
7. Cuáles son los servicios que se paga en la empresa.
8. En la empresa se realizan mantenimiento a los equipos.
9. Existe registro contable de los costos de los servicios que se pagan en el Hostal.
10. Se calcula los costos del servicio de hospedaje en el Hostal Montecristo.
11. El mercado en el que se encuentra en el hostel tiene cambios variables en la demanda de habitaciones.
12. Se ha preocupado en conocer los márgenes de la competencia.



Mg. CPC. Lucero Suárez Vázquez
Mat. 04-2864