



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

Costos de Servicios y su relación con la Política de Precios en la
Empresa ROJO EXPRESS LOGÍSTICA SAC, Lima-2020

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE
CONTADORA PÚBLICA**

AUTORAS:

Br. Choque Mango, Susan Asunción (ORCID: [0000-0001-9141-2585](https://orcid.org/0000-0001-9141-2585))

Br. Garcia Rondon, Kodely Hasai (ORCID: [0000-0001-6743-8435](https://orcid.org/0000-0001-6743-8435))

ASESOR:

Dr. Frias Guevara, Roberth (ORCID: [0000-0003-3670-3384](https://orcid.org/0000-0003-3670-3384))

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

FINANZAS

LIMA ESTE – PERÚ

2022

DEDICATORIA

A mi madre por su apoyo incondicional a lo largo de todos estos años, por su gran ejemplo de mujer luchadora, y madre ejemplar, a Dios por guiarme en cada momento de mi vida y permitirme lograr cada una de mis metas, además de brindarme salud y amor.

Susan

A mi familia especialmente a mi madre y a mi esposo por su apoyo incondicional, por sus consejos y motivación constante permitiéndome lograr cada una de mis metas.

Kodely

AGRADECIMIENTO

Agradecemos a Dios por guiar e iluminar nuestros caminos.

A la Universidad César Vallejo por brindarnos los conocimientos necesarios y por permitirnos obtener el título de Contador Público.

A nuestro asesor, el Dr. Roberth Frias Guevara por guiarnos, apoyarnos constantemente y brindarnos los conocimientos para realizar el presente trabajo de investigación.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenidos	iv
Índice de tablas	v
Índice de figuras	vi
Resumen	vii
Abstract	viii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO.....	6
III. METODOLOGÍA.....	18
3.1 Tipo y diseño de la investigación.....	18
3.2 Variables y operacionalización	19
3.3 Población, muestra, muestreo, unidad de análisis	21
3.4 Técnicas e Instrumentos de recolección de datos.....	23
3.5 Procedimientos.....	26
3.6 Método de análisis de datos	27
3.7 Aspectos éticos	27
IV. RESULTADOS.....	28
V. DISCUSIÓN	43
VI. CONCLUSIONES	54
VII. RECOMENDACIONES	57
REFERENCIAS.....	60
ANEXOS	
ANEXO 1 Matriz de operacionalización	
ANEXO 2 Matriz de Consistencia	
ANEXO 3 Carta de autorización de la empresa	
ANEXO 4 Instrumento de medición	
ANEXO 5 Validación de Expertos	
ANEXO 6 Matriz de la muestra	
ANEXO 7 Fotos de la empresa	
ANEXO 8 Ubicación de la empresa	
ANEXO 9: PRINT TURNITIN	

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Niveles escala Likert.....	20
Tabla 2 Personal administrativo y de operaciones- muestra y muestreo de la prueba piloto de la empresa Rojo Express Logística SAC, Lima-2020.....	21
Tabla 3 Principales técnicas de instrumentos de investigación	24
Tabla 4 Validadores.....	24
Tabla 5 Escala de alfa de Cronbach.....	25
Tabla 6 Resumen de procesamiento de datos del muestreo – piloto	25
Tabla 7 Estadística de fiabilidad del muestreo – piloto	26
Tabla 8 Estadística de Fiabilidad de la muestra	28
Tabla 9 La empresa reconoce como costo indirecto el pago de los ayudantes, de alquiler, de agua y luz y depreciación de vehículos al momento de prestar el servicio	29
Tabla 10 Cuando los clientes adquieren el servicio de Courier, se acercan a las oficinas	30
Tabla 11 Baremos de (V1) Costos de Servicios y (V2) Política de Precios.....	31
Tabla 12 Baremos de (D1) Gastos reales y (V2) Política de Precios.....	32
Tabla 13 Baremos de (D2) Costos directos y (V2) Política de Precios	33
Tabla 14 Baremos de (D3) Costos indirectos y (V2) Política de Precios	34
Tabla 15 Baremos de (D4) Margen razonable de beneficio y (V2) Política de Precios	35
Tabla 16 Prueba de Normalidad.....	36
Tabla 17 Correlaciones de Rho de Spearman.....	37
Tabla 18 Correlación y significancia entre la Variable 1: Costos de Servicios y Variable 2: Política de Precios	38
Tabla 19 Correlación y significancia entre la Dimensión 1: Gastos reales y la Variable 2: Política de Precios	39
Tabla 20 Correlación y significancia entre la Dimensión 2: Costos directos y la Variable 2: Política de Precios	40
Tabla 21 Correlación y significancia entre la Dimensión 3: Costos indirectos y la Variable 2: Política de Precios	41
Tabla 22 Correlación y significancia entre la Dimensión 4: Margen razonable de beneficio y la Variable 2: Política de Precios	42

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 V1: La empresa reconoce como costo indirecto el pago de los ayudantes, de alquiler, de agua y luz y depreciación de vehículos al momento de prestar el servicio	29
Figura 2 V2: Cuando los clientes adquieren el servicio de Courier se acercan a las oficinas	30
Figura 3 (V1) Costos de Servicios y (V2) Política de Precios	31
Figura 4 (D1) Gastos reales y (V2) Política de Precios	32
Figura 5 (D2) Costos directos y (V2) Política de Precios.....	33
Figura 6 (D3) Costos indirectos y (V2) Política de Precios	34
Figura 7 (D4) Margen razonable de beneficio y (V2) Política de Precios	35

RESUMEN

El objetivo de estudio de la presente investigación fue explicar la relación de los Costos de Servicios y la Política de Precios en la Empresa ROJO EXPRESS LOGÍSTICA SAC, Lima-2020. La metodología fue aplicada, no experimental, transversal, correlacional, descriptiva y de enfoque cuantitativo, la técnica utilizada fue la encuesta y el instrumento de recolección de datos fue el cuestionario. De los resultados analizados, se obtuvo un $p\text{-valor} = 0,001 < 0,05$, indicándonos que la hipótesis nula (H_0) se rechaza y la hipótesis alterna (H_1) se acepta, encontrando una relación significativa entre los Costos de Servicios y la Política de Precios, asimismo, se obtuvo el coeficiente Rho de Spearman = 0,611, lo que mostró una correlación positiva moderada entre Costos de Servicios y Política de Precios en la empresa. Finalmente, se concluye que los costos de servicios y la política de precios tienen una correlación positiva moderada y una relación significativa, esto a través de la percepción que los trabajadores tienen de las variables costos de servicios y política de precios relacionando sus componentes: gastos reales, costos directos, costos indirectos, margen razonable de beneficio, factores internos, factores externos, la demanda y métodos de fijación de precios.

Palabras clave: Costos de servicios, Política de precios, Costos indirectos y Precio del producto.

ABSTRACT

The study objective of this research study was to explain the relationship between Service Costs and Pricing Policy in the Company ROJO EXPRESS LOGÍSTICA SAC, Lima-2020. The methodology was applied, non-experimental, cross-sectional, correlational, descriptive and with a quantitative approach; the technique used was the survey and the data collection instrument was the questionnaire. From the results analyzed, a p-value = 0.001 <0.05 was obtained, indicating that the null hypothesis (H_0) is rejected and the alternative hypothesis (H_1) is accepted, finding a significant relationship between Services Costs and Pricing Policy, likewise, Spearman's Rho coefficient = 0.611 was obtained, which showed a moderate positive correlation between Service Costs and Pricing Policy in the company. Finally, it is concluded that the service costs and the pricing policy have a moderate positive correlation and a significant relationship, this through the perception that the workers have of the variables service costs and pricing policy, relating their components: actual expenses, direct costs, indirect costs, reasonable profit margin, internal factors, external factors, demand and pricing methods.

Keywords: Service costs, Pricing policy, Indirect costs and Product price.

INTRODUCCIÓN

Actualmente los costos de servicios y la política de precios presentan diversos problemas. A nivel mundial los costos de servicios han presentado diferentes problemáticas en las empresas, ya que algunas empresas no identifican los costos del proceso productivo, no los clasifican, no cuentan con las herramientas que les permitan hacer reconocimientos de los mismos ni controlarlos, en otros casos, no se reconocen todos los costos de producción. Todas estas diferentes situaciones conllevan a que la empresa no fije precios acordes a su realidad, lo que genera que la empresa incurra en pérdida.

Respecto a la política de precios, se encontraron principalmente dos problemas que se presentan frecuentemente: fijar el precio en forma empírica y fijar el precio basándose en los precios de la competencia. La segunda situación tiene como desventaja la incertidumbre de si el bien o servicio generará ganancias a largo plazo.

Durante nuestra investigación, se encontró que el problema de los costos es transversal a diferentes sectores económicos y los afecta a nivel mundial. Así, García-Cornejo y Pérez-Méndez (2020), señalan que los costos de servicios se han convertido en un problema en los sistemas hospitalarios españoles, ya que no son clasificados de forma adecuada y no tienen un sistema para manejar los costos y que les permita una adecuada fijación de precios para sus servicios.

Por su parte, Zhiying (2018), enfocado en el rubro del transporte en el mercado norteamericano, afirma que los costos de consumo de combustible ocupan alrededor de un tercio de los costos operativos totales de las compañías que prestan el servicio de carga por carretera en el sector transporte.

Asimismo, Latinoamérica no es ajena a la problemática de los costos y la política de precios, como señalan, por ejemplo:

Aponte, Romero y Sánchez (2018), quienes refieren que la Compañía Metropolitana de Transportes S.A., se caracteriza por no tener una estructura de costos definida la cual le permite fijar sus verdaderos márgenes de rentabilidad; como consecuencia de ello los propietarios, directivos y colaboradores de la compañía constantemente se han basado en el conocimiento empírico que han ido obteniendo a través de los años de experiencia.

Dicha situación se presentó debido a la ausencia de una estructura financiera consolidada la cual permite que se controlen de la forma más adecuada los costos en que se incurre al instante de llevar a cabo las operaciones de transporte de carga, dado que sus directores y funcionarios desempeñan las labores de costeo de manera empírica y no en base a una estructura contable que se fundamenta en costos reales.

Según Gracia (2020), describe las debilidades que tiene la empresa Transcomuna Peninsular S.A para determinar los costos y cómo eso afecta en la fijación del precio del servicio de transporte que se ofrece al cliente, ya que los elevados costos operativos, las largas horas de viaje, las demoras al completar la ruta, paradas no planificadas de los vehículos hacen que se creen ineficiencias que van a influir en los precios finales.

El motivo de realizar la investigación es para que la empresa logre alcanzar de manera eficiente el uso de sus recursos, para así poder controlar de forma adecuada los costos que genera cada unidad vehicular en los servicios que realiza, todo eso para lograr que la entidad sea cada vez más rentable y brinde un adecuado servicio.

Por otro lado, también han tratado sobre el problema autores peruanos, como, por ejemplo:

Gutiérrez y Jaimes (2019), indican que actualmente hay más empresas que se muestran interesados en fabricar ventiladores para que sean usados por la minería y la industria, se enfocan en Airtec S.A., ya que esta fue la primera empresa en el país que se dedicó a esta actividad, la cual tiene más de cincuenta años en el mercado peruano.

Airtec a pesar de tener ventas considerables, siendo estas de cincuenta millones de soles en promedio en los últimos cinco años, no ha presentado el mismo crecimiento en las diferentes áreas de la empresa como son el área administrativa, ventas, ingeniería, logística, almacén entre otros, lo que genera que no se trabaje conjuntamente y no se tenga la información necesaria y pertinente de los costos en los que se incurre al momento de realizar el proceso de producción y costos que se necesitan para responder a las cotizaciones de los clientes, a lo anteriormente mencionado hay que sumarle que el área de ventas tiene la presión de ganar los proyectos mineros para obtener más ingresos; los problemas descritos han

generado que se cometan errores en las cotizaciones y a que se determine precios elevados en comparación con la competencia, en consecuencia el 59% de las cotizaciones se han rechazado, dejando así mercado disponible para la competencia, y a la vez poniendo en riesgo los objetivos que la empresa busca lograr.

Según Pumatanca y Yamamoto (2020), actualmente en el mundo, la contabilidad de costos está tomando mucha importancia debido a que podremos calcular exactamente el precio unitario de un bien o un servicio, refieren también que en el Perú no se le da la importancia debida a los costos ya que no se cuenta con los profesionales idóneos para este tipo de trabajo, su trabajo toma como objeto las operaciones en un Hospital Militar donde según indica se vienen cobrando los análisis de laboratorios sin basarse en ninguna referencia objetiva.

Este desinterés de los involucrados se refleja en los precios que se fijan para los análisis teniendo en cuenta que la persona encargada de elaborar el tarifario no cuenta con la capacitación requerida para tales labores.

Actualmente, la empresa Rojo Express Logística S.A.C., ubicada en Lima, se dedica a brindar los servicios de transporte de carga y Courier al público en general. La empresa cuenta con siete años de operación continua en el mercado, posee una gran experiencia y un profundo conocimiento de las actividades que desarrolla, de esa manera asegura que brinda servicio de calidad. Sin embargo, la empresa no cuenta con las herramientas y tampoco posee los conocimientos necesarios para la determinación de los costos en que debe incurrir para poder prestar sus servicios, lo cual genera que se fijen los precios sin sustento y de forma empírica. Por esta razón, la empresa necesita conocer los costos reales en los que incurre al momento de prestar un servicio, para así fijar el precio más acorde a su realidad.

Por lo mencionado anteriormente para el desarrollo de la investigación se formula el siguiente problema general: ¿Cómo se relacionan los Costos de Servicios y la Política de Precios en la Empresa ROJO EXPRESS LOGÍSTICA SAC, Lima – 2020?; y se formulan los siguientes problemas específicos:

PE1: ¿Cómo se relacionan los Gastos reales y la Política de Precios en la Empresa ROJO EXPRESS LOGÍSTICA SAC, Lima – 2020?

PE2: ¿Cómo se relacionan los Costos directos y la Política de Precios en la Empresa ROJO EXPRESS LOGÍSTICA SAC, Lima – 2020?

PE3: ¿Cómo se relacionan los Costos indirectos y la Política de Precios en la Empresa ROJO EXPRESS LOGÍSTICA SAC, Lima – 2020?

PE4: ¿Cómo se relaciona el margen razonable de beneficio y la Política de Precios en la Empresa ROJO EXPRESS LOGÍSTICA SAC, Lima – 2020?

La investigación cuenta con una justificación teórica, ya que tiene una fundamentación teórica en el campo de la contabilidad, buscando reforzar los conocimientos de los costos de servicios y la política de precios.

La investigación tiene una justificación práctica, debido a que esta investigación se realiza porque será una herramienta de consulta para los diferentes usuarios que busquen ampliar la información que necesiten de los costos de servicios, así como también de la política de precios.

Además, cuenta con una justificación valorativa, ya que, la presente investigación será fuente de información para aquellos que realicen trabajos de investigación afines al sector transporte de carga y Courier.

Por último, tiene una justificación académica, debido a que esta investigación sirve de consulta para estudiantes interesados en conocer acerca de costos de servicios y la política de precios, ya que se realiza mediante los procedimientos, lineamientos y normas de investigación que la universidad pide.

Con el fin de establecer el proceso de la investigación se plantea el objetivo general: Explicar la relación de los Costos de Servicios y la Política de Precios en la Empresa ROJO EXPRESS LOGÍSTICA SAC, Lima-2020; y los siguientes objetivos específicos:

OE1: Identificar la relación de los Gastos reales y la Política de Precios en la Empresa ROJO EXPRESS LOGÍSTICA SAC, Lima-2020.

OE2: Identificar la relación de los Costos directos y la Política de Precios en la Empresa ROJO EXPRESS LOGÍSTICA SAC, Lima-2020.

OE3: Describir la relación de los Costos indirectos y la Política de Precios en la Empresa ROJO EXPRESS LOGÍSTICA SAC, Lima-2020.

OE4: Describir la relación del Margen razonable de beneficio y la Política de Precios en la Empresa ROJO EXPRESS LOGÍSTICA SAC, Lima-2020.

Se formula la hipótesis general: Existe una relación significativa entre los Costos de Servicios y la Política de Precios en la Empresa ROJO EXPRESS LOGÍSTICA SAC, Lima-2020; y las hipótesis específicas:

HE1: Existe una relación significativa entre los Gastos reales y la Política de Precios en la Empresa ROJO EXPRESS LOGÍSTICA SAC, Lima-2020.

HE2: Existe una relación significativa entre los Costos directos y la Política de Precios en la Empresa ROJO EXPRESS LOGÍSTICA SAC, Lima-2020.

HE3: Existe una relación significativa entre los Costos indirectos y la Política de Precios en la Empresa ROJO EXPRESS LOGÍSTICA SAC, Lima-2020.

HE4: Existe una relación significativa entre el margen razonable de beneficio y la Política de Precios en la Empresa ROJO EXPRESS LOGÍSTICA SAC, Lima-2020.

MARCO TEÓRICO

Es este apartado se mencionan algunos **antecedentes internacionales** que se han revisado, los cuales complementarán el tema a investigar:

- Valencia (2018), en la tesis mejora de los procesos productivos y la identificación de costos por órdenes de producción en una microempresa llamada Serigrafía Artesanal Publidimas, tiene como finalidad precisar cuáles son los costos por orden de producción para la mejora en el proceso productivo, cuya metodología fue explicativa, descriptiva y correlacional. Concluyó que, demostrando los costos totales y reales en el proceso de producción, se reconocieron los costos que forman parte en el servicio prestado de serigrafía, revelando pérdidas económicas debido a la fijación de precios de manera empírica, estas pérdidas fueron del 40% de sus ingresos totales.
- Asimismo, García y Triviño (2020), en el trabajo de investigación fijación de costos y su repercusión en el margen bruto en una empresa llamada Mariscos Dispromar, tuvo como objetivo, determinar un sistema que permita controlar los costos de producción para facilitar la medición de incidencia de los costos en el proceso productivo sobre el margen bruto, todo ello, en busca de que la toma de decisiones sea mejor, la metodología fue descriptiva de enfoque cuantitativo y cualitativo. Finalmente, concluyeron que la organización no tenía un sistema de costos y además no aplicaba parámetros al momento de registrar y controlar la información sobre el proceso del producto, causando que no haya información contable de calidad, lo que conllevó a no obtener resultados reales de la situación financiera de la misma, ni conocer las operaciones reales que se realizan.
- Por otro lado, Fonseca (2012), en la tesis los precios y los factores que afectan su toma de decisión trabajo realizado a nivel internacional, el autor planteó como objetivo establecer el alcance que tienen los factores que llegan a incidir sobre la toma de decisión de los precios a nivel internacional, cuyo método de investigación fue descriptivo e hipotético-deductivo, y en dicho trabajo concluyó que al pasar los años no se toma en cuenta un manejo estratégico en precios, entendiendo que dicho manejo es necesario para el

desarrollo de las empresas sobre todo para que tengan la capacidad de competir en un mercado que se está globalizando.

- Además, Flores (2016), en el artículo de investigación, la fijación de precios y su incidencia en los niveles de competitividad de MIPYMES que se dedican a la producción de tabaco, trabajo realizado en el municipio de Estelí, en el periodo 2015, el autor tuvo como objetivo analizar cómo los niveles de competitividad se ven afectados por la fijación del precio del producto en las empresas MIPYMES que producen tabaco en Nicaragua, el método de investigación fue cuantitativo y cualitativo y concluyó que para las empresas que son Mipymes que producen tabaco los costos de producción constituyen de forma fundamental sus precios, siendo menester que estos cubran todos los costos según las especificaciones de calidad requerida para el producto.
- También, Oporta y Escobar (2015), en la tesis denominada análisis de la fijación del precio y la evaluación del rendimiento en una empresa que se dedica a vender zapatos denominada Yokito, trabajo realizado en octubre del 2014, tuvo como objetivo evaluar la productividad por medio de un estudio de la determinación de los precios, la metodología aplicada fue la de observación, análisis y prueba y error. En su tesis, concluyó que Yokito tiene mejores resultados en cuanto a la fijación de precios empleando la prueba y error y que además la empresa sí utiliza la demanda que se da en el mercado como base para fijar sus precios, pero para disminuir riesgos y tener un mejor control de los costos Yokito deberá tomar en cuenta la fijación de precios en base a métodos de costos totales.
- Asimismo, Zhiying (2018), en el trabajo de investigación denominado Optimización de la programación de los conductores de camiones de carga según la operación Modelo de costos para transporte de carga inferior a un camión (LTL), tuvo como objetivo construir un modelo de estimación de costos de operación. Finalmente, el autor concluyó que los costos son un tema de importancia para los transportistas de carga, más aún si son pequeños y medianos transportistas. Siendo que la competencia en dicho mercado es muy marcada lo que aumenta los costos operativos por lo que los transportistas deben apoyarse en diversas medidas para así mejorar sus ganancias. En ese sentido, tener un método para el cálculo de los costos

resulta muy útil, porque permite estimar costos con precisión y optimizar el manejo de la empresa.

- Además, Gideon (2020), autor de la tesis denominada un marco para las tarifas de precios en las estructuras de los hospitales privados sudafricanos, cuyo objetivo fue desarrollar un marco para las tarifas de precios en las estructuras de costos de los hospitales privados sudafricanos. La metodología aplicada fue básica, exploratoria y cualitativa. Concluyó que la combinación recomendada de costeo unitario y el modelo de pago de tarifa de precio era el más utilizable para fijar las tarifas en hospitales privados.
- Por último, Pozo (2019), autor de la valoración del costo en el proceso productivo y la determinación del precio de venta en una empresa denominada Viacua S.A., ubicada en Santa Elena, en el año 2018., con el objetivo de definir los costos de elaboración del producto en la empresa mediante la utilización del sistema de costeo por proceso para fijar de la manera más adecuada el precio de venta, la metodología de investigación fue descriptiva, de análisis cualitativo y cuantitativo. Finalmente, concluyeron que el precio de venta que se asignó para la venta del millar de larvas de camarón se determinó en base a los precios de la competencia, en consecuencia, no se tomó en cuenta un margen de rentabilidad apropiado, esto se origina porque en dicho mercado los pequeños productores están obligados a fijar sus precios en base a los precios de las grandes empresas.

Para continuar desarrollando la investigación se tiene presente algunos **antecedentes nacionales** relacionados al objeto de estudio:

- López (2017), en la tesis fijación de precios y la situación financiera y económica del Hotel Bolívar ubicado en La Libertad en el periodo 2017, tuvo como objetivo analizar la situación financiera y económica y cómo se fijan los precios del Hotel Bolívar, la metodología que utilizó fue experimental, transversal y descriptiva y concluyó que el Hotel Bolívar establece sus precios en base a los de la competencia, y de esa manera ha logrado obtener los resultados para la situación económica y para la situación financiera presentada, siendo que se puede afirmar que los precios que ha fijado el hotel son accesibles para los clientes.

- Así mismo, Peña y Condori (2019), en la investigación influencia de los costos de elaboración de etiquetas en el precio de venta en una empresa llamada Etigrafic en el periodo 2018, tuvo como objetivo definir cómo influyen los costos de elaboración al determinar el precio de venta, la metodología de investigación fue no experimental y transversal. Los autores concluyeron que, los costos reales de los productos no se ven reflejados en los precios fijados por la empresa. Es por ello que el precio que se ha fijado para vender etiquetas no se relaciona al costo del producto, señalando que una vez que se incluyan los costos indirectos en función a los costos que se han presupuestado, se podrá obtener un costo y precio más acorde a la realidad de la empresa.
- Además, Calle, Mendoza y Torres (2018), autores de la tesis: influencia en la fijación del precio de una propuesta de clasificación y distribución de los costos indirectos en una compañía denominada Imprenta Grafica S.A.C., durante el año 2017, que tiene como objetivo realizar una propuesta para distribuir los costos indirectos de producción y así ver cuánto influye en la fijación del precio. La metodología de investigación fue inductiva, de síntesis y análisis. Concluyeron que al realizar la fijación de precios mediante la aplicación del costo total como método y al aplicar las tasas establecidas de los costos indirectos de producción, el resultado fue una valoración de precios justos, lo cual les permitió conocer cuáles deben ser los precios adecuados a la empresa.
- Por otro lado, Vargas (2018), en la tesis denominada la rentabilidad financiera y los costos de servicios en la compañía de transporte público llamada Imperial S.A., ubicada en el Cusco, 2017, cuyo objetivo fue describir la rentabilidad financiera y establecer los costos de servicios. Cuya metodología fue, tipo pre experimental, transversal y descriptivo, concluyó que la empresa es desorganizada en la elaboración de los costos de servicios y no tiene un correcto control de las actividades que lleva a cabo. Las unidades llegan con retraso a su lugar de destino y no hacen la inspección necesaria para el funcionamiento de las mismas. Al estructurar los costos de servicio, se pudo identificar y analizar los costos fijos y los

variables, además se fijó el monto promedio a ganar de cada carro para obtener utilidad.

- Además, Avilés y Quispe (2018), en la tesis denominada la fijación de precios y los costos del proceso productivo en la compañía de Transporte Turístico Avalos Tours E.I.R.L. 2017, tuvo como objetivo fijar los precios de servicios y los costos del proceso productivo de la compañía. La metodología de investigación fue básica, no experimental, descriptiva y de enfoque cuantitativo. Concluyó que al momento de aplicar una estructura de costos la empresa no cuenta con el debido y necesario conocimiento, siendo que el cálculo lo realizan en base a la experiencia adquirida durante años. El precio se fija en función al promedio de los costos individuales por vehículo.
- También, Montalvo (2021), en la tesis denominada: La rentabilidad y la determinación de precios en fabricación de cocinas industriales de una empresa llamada Citegas EIRL Arequipa, 2020, tuvo como objetivo determinar la afinidad que existe entre la rentabilidad y la fijación de precios en fabricación de cocinas industriales. Su metodología fue correlacional, descriptiva, de tipo no experimental y de enfoque cuantitativo, así mismo se concluyó que la empresa no cuenta con un método para fijar los precios, ya que, este tiene una relación directa con la rentabilidad para obtener mejores resultados.
- Así mismo, Chávez (2018), en la tesis denominada la fijación de precios y el sistema de costos por órdenes específicas en compañías que fabrican rodillos de caucho, ubicadas en los Olivos, 2017, cuyo objetivo fue fijar el nivel de relación que existe entre la fijación de precios y el sistema de costos por órdenes específicas, en compañías que se dedican a fabricar rodillos de caucho, cuya metodología fue aplicada, descriptiva, correlacional y cuantitativa, ya para terminar concluye que para obtener la mejor forma de fijar los precios se debe tener bien identificado los costos, esto a través de aplicar un sistema de costos enfocado en órdenes específicas.
- Finalmente, Jiménez (2019), autor de la tesis los costos en el proceso de elaboración y la fijación del precio en una empresa llamada Calzados JAVICC ubicada en Trujillo en el periodo 2018, cuya finalidad fue estudiar la relación que existe entre los costos de producción y la fijación de precios de

la empresa JAVICC, la metodología fue no experimental, transversal, correlacional y de enfoque cuantitativo, finalmente concluye que los costos de producción tienen una relación con la fijación del precio, indicando que no se tiene control de los costos de producción lo que genera que no se fije un precio adecuado y que no se recuperen los costos invertidos.

Para el desarrollo de la investigación es necesario que se mencionen las teorías que sustentan las variables, para ello se define cada una de ellas.

Variable 1: Costos de servicios

Adam Smith (1776) en su Teoría de costos de producción menciona que "los salarios, el beneficio y la renta son las tres fuentes originales de todo ingreso como de todo valor de cambio" (Hurtado, 2003, p.6).

Variable 2: Política de precios

Adam Smith (1776) en su Teoría del valor afirma que:

El precio de mercado de cada mercancía particular está determinado por la proporción entre la cantidad presente de esta mercancía en el mercado y las demandas de aquellos que están dispuestos a pagar el precio natural o el valor completo de las rentas, beneficios y salarios que se deben pagar para traerla al mercado. (Hurtado, 2003, p.17)

Para continuar con la investigación es necesario que se mencionen los enfoques conceptuales que se detallan a continuación:

Los costos de servicios según:

"William (2014) menciona que por costo de servicio se entiende los gastos reales, directos e indirectos, incluyendo un margen razonable de beneficio." (Vargas, 2018, p.46)

De lo mencionado anteriormente se entiende que al momento de prestar un servicio se deben reconocer los recursos que se adquirieron y emplearon para brindarlo, los cuales pueden intervenir de forma directa e indirecta para la obtención de un beneficio.

Los gastos reales: Según Westreicher (2020), el costo real son los gastos efectuados por una empresa, en los que verdaderamente ha incurrido para desarrollar un bien o servicio; tiene tres componentes principales, insumos, remuneraciones y todos aquellos costos indirectos de fabricación.

Cabe señalar que los gastos reales, son los gastos efectuados verdaderamente al momento de realizar un bien o servicio y en este proceso de realización del bien o servicio participan los trabajadores, los materiales necesarios y otros recursos que pueden intervenir de forma indirecta en el proceso.

Los insumos: Westreicher (2020), menciona que son recursos en su forma natural o que se sometieron a transformación, pero que formarán parte del proceso productivo para así convertirse en un bien final que el comprador demanda.

Mano de obra: Quiroa (2019), menciona que la mano de obra está constituida por los trabajadores que laboran en la empresa.

Costos indirectos: Westreicher (2020c), señala que los costos indirectos son otros recursos necesarios para el proceso productivo, pero intervienen de manera indirecta, los cuales se necesitan para que la empresa funcione.

Los costos directos: Según Valencia (2017), menciona que el coste directo es aquel que se puede identificar fácilmente y asignarse directamente y de manera inequívoca a un producto o servicio concreto, algunos de ellos son los materiales directos, mano de obra directa, envases y embalajes.

Rápidamente se puede establecer que los costos directos son de fácil identificación y pueden ser asignados de forma directa al proceso productivo.

Materiales directos: Según Tejada (2019) los materiales directos son aquellos suministros diversos que la empresa adquiere y que usa directamente para prestar el servicio.

Mano de obra directa: Según Quiroa (2019), la mano de obra directa se relaciona de forma directa en el proceso de elaboración, ya sea de un bien o un servicio.

Envases: Según Ibáñez (s.f.), el envase es un recipiente, este recipiente contiene el producto y tiene contacto directo con el mismo.

Embalajes: Según Ibáñez (s.f.), el embalaje es un tipo de empaque necesario para trasladar o manipular el bien y de esa manera protegerlo, ya que lo contiene, lo envuelve y lo conserva.

Costos indirectos:

Los costos indirectos, son como su nombre lo indica, todos los costos que intervienen de forma indirecta en la elaboración de un bien o servicio se componen por los pagos realizados a los trabajadores y demás recursos necesarios que participan de forma indirecta en el proceso productivo algunos de ellos son: la mano

de obra indirecta, alquiler, depreciación y energía eléctrica o agua. Los costos indirectos se caracterizan por no ser identificados, cuantificados ni relacionados fácilmente (Peña & Condori, 2019).

Mano de obra indirecta: Chambergo (2012a), señala que la mano de obra indirecta está constituida por las remuneraciones de los colaboradores que trabajan en la compañía y apoyan en el proceso productivo. Entendemos que el trabajo de dichas personas contribuye a la prestación del servicio indirectamente.

Alquiler: “*Costos de alquiler*” (2021), el costo de alquiler es la contraprestación económica que la empresa paga para ocupar un espacio el cual puede ser destinado a uso de oficina, para uso comercial o como almacenamiento.

Energía eléctrica o agua: Según Polo (s.f.), la energía eléctrica y el agua son servicios públicos que constituyen los costos indirectos que no se vinculan de forma directa con el servicio que presta la empresa, pero sí son necesarios para que esta funcione.

Depreciación: Como lo menciona Chambergo (2012b), la depreciación es la disminución de valor que sufre un bien propio de la empresa debido al uso, el paso del tiempo o la vejez; se considera un costo indirecto.

Margen razonable de beneficio:

El margen de beneficio resulta de la diferencia entre el precio cobrado al cliente (sin incluir IGV) y los costos en los que se incurrió al momento de la realización del bien o del servicio (Samuel, 2021).

Samuel (2021), dice que el margen de beneficio puede ser bruto o neto, cuando se refiere al margen bruto este es antes de los impuestos y cuando se refiere al margen neto este es después de impuestos, cabe decir que se debe considerar los costos. En otras palabras, el margen razonable de beneficio es un margen de ganancia, que refleja que tan rentable es el producto o servicio al ser vendido. Se debe tener en cuenta que esta ganancia puede ser bruta o neta, es una ganancia bruta cuando se descuentan los costos en los que se incurre para prestar el servicio o en la fabricación del producto y la ganancia neta es cuando se descuentan los costos totales.

Precio de venta: Silva (2020), dice que el precio de venta es la expresión de valor en términos de dinero que tiene un bien o servicio, además es el valor que el cliente

paga para ser el propietario de estos y disfrutar de los beneficios que resulta de adquirir o utilizar el bien o el servicio.

Costos de servicios: Según Zans (2014), los costos de servicios son las salidas de dinero que realiza la empresa para la prestación del servicio.

Margen neto: Según Fajardo y Soto (2018), el margen neto es un ratio financiero que mide cuan rentable es una empresa luego de descontar todos los egresos que le permitieron prestar su servicio en el mercado incluyendo los impuestos, para obtenerlo se divide la utilidad neta entre las ventas.

Margen bruto: García y Triviño (2020), citan a Pombo en el año 2013, quien menciona que el margen bruto se obtiene de restarle al precio de venta (sin incluir IGV) los costos directos e indirectos (lo que costó adquirir los insumos para poder prestar un servicio o vender un bien), este margen bruto también se conoce como margen de beneficio, ya que permite conocer el beneficio directo que genera un bien o servicio para la empresa, de esa manera se determina la rentabilidad que generan las ventas al descontar el costo de ventas.

Política de precios

Para determinar el precio que tendrá un producto o servicio se deben considerar diversos factores, estos pueden ser internos y/o externos. El precio también se ve influenciado por la demanda y la oferta existente en el mercado. Para fijar el precio existen métodos de fijación de precios incluyendo entre ellos los que lo hacen en función del costo. (Calle, Mendoza & Torres, 2018)

Factores internos: *“Identifica los factores que afectan a la productividad en tu empresa.”* (s.f.), se señala que los factores internos se originan dentro de la empresa y pueden ser controlados por la misma, como ejemplo de estos factores podemos mencionar a los materiales directos, precio, recursos técnicos y recursos humanos.

Materiales directos: Colmenares et al. (2015), cita a Molina en el año 2004, quien dice que los materiales directos son fáciles de identificar y relacionar de forma directa en el proceso de elaboración de bienes o servicios.

Precio: Según Thompson (2006b), el precio es el valor monetario atribuido a un servicio o producto y que el cliente debe pagar si quiere disfrutar del bien o servicio.

Recursos técnicos: Para Sy Corvo (2021), los recursos técnicos son necesarios para producir y proveer un producto o servicio, dentro de estos recursos tenemos maquinaria, equipo y suministros.

Recursos humanos: “*Recursos Humanos*” (s.f.), menciona que el recurso humano está compuesto por los trabajadores que laboran en la empresa, dicho personal ejerce distintas funciones según el área de trabajo que le corresponda.

Factores externos: “*Identifica los factores que afectan a la productividad en tu empresa.*” (s.f.), se señala que los factores externos son ajenos a la empresa y que estos factores no son controlables por la misma, entre los cuales se puede mencionar las medidas dictadas por el gobierno, los cambios climáticos, el comportamiento del mercado y por último la competitividad.

Medidas Gubernamentales: “*Identifica los factores que afectan a la productividad en tu empresa.*” (s.f.), se señala que las medidas gubernamentales son el factor externo más importante a tener en cuenta al realizar una actividad empresarial, dado que se debe conocer y cumplir las normas vigentes que afecten la actividad de la empresa en aras del correcto funcionamiento de la empresa.

Los Cambios Climáticos: Duarte (2014), refiere que los cambios climáticos y los fenómenos naturales tienen un impacto sobre las diferentes empresas ya sean pequeñas, medianas y grandes, al momento de prestar un servicio o elaborar un bien, porque afectan el comportamiento normal del consumidor y el empresario y pueden generar retrasos en el proceso productivo, impidiendo que el cliente disfrute del servicio o producto en el momento oportuno.

Mercado: Thompson (2020), cita a Gregory (2004) quien define que el mercado funciona por la demanda y la oferta, dado que habrá un determinado grupo de personas que quieran comprar o adquirir un bien o un servicio y otro grupo de personas que ofrezcan un producto o servicio a los interesados.

Competitividad: Según Gracia (2020), las empresas deben tener conocimientos de los productos similares o productos sustitutos que ofrece la competencia, ya que, estos pueden hacer que los precios disminuyan y que se afecte la demanda.

La demanda:

Es el total de bienes o servicios que los clientes desean comprar con el objeto de disfrutar de los beneficios que estos les proporcionan para cubrir sus necesidades o deseos. Los consumidores deben tener capacidad de pago para adquirir el bien

o servicio. La demanda se puede determinar en función de un determinado precio y lugar (Thompson, 2006a).

Compradores o consumidores: Según Thompson (2006a), un comprador es todo aquel que, valga la redundancia, compra, adquiere, obtiene o disfruta un producto o servicio para así poder satisfacer una necesidad.

Necesidades o deseos: Según Thompson (2006a), refiere que la necesidad nace de sentir una privación de elementos que hacen posible la supervivencia del ser humano y que este tenga calidad de vida. Por otro lado, los deseos permiten satisfacer una necesidad más profunda, esto quiere decir que los deseos no se aplican para cosas esenciales, pero sí para cosas que nos hacen sentir mejor al momento de tenerlas.

Capacidad de pago: Según Editorial Grudemi (2018), dice que la capacidad de pago es la cantidad de dinero de libre disposición del cliente para adquirir un bien o servicio.

Lugar establecido: Según Thompson (2006a), es un espacio donde el cliente puede comprar libremente el bien o el servicio, este puede ser un lugar físico o virtual.

La oferta:

La oferta es el bien o servicio disponible para ser adquirido por el cliente. Los factores que determinan la oferta son el precio y la mano de obra. La oferta se relaciona de forma directa con el precio, ante un incremento del precio la cantidad que se oferta será mayor (Pereira & Sánchez, 2018).

Precio: Para Romero (s.f.) citado por Thompson (2006b), es la cantidad de dinero que el cliente debe pagar al vendedor si desea adquirir un producto, para poder disfrutar del mismo.

Mano de obra: Según Peña y Condori (2019), la mano de obra está conformada por los trabajadores de la empresa, los cuales brindan su esfuerzo físico y mental al momento de producir un bien o un servicio.

Métodos de fijación de precios según:

Guerrero et al. (2012) citados por Gracia (2020), mencionan que se deben conocer los diversos métodos que existen para fijar precios, y elegir el que mejor se acomode a la realidad de la empresa. A continuación, mencionaremos tres métodos: el primero basado en la demanda, el segundo en la competencia y el

tercero en el costo y tomaremos en cuenta los siguientes conceptos para definir los indicadores:

Método basado en la demanda: Gracia (2020), menciona que este método consiste en adaptar el precio según la fluctuación de la demanda. Así se debe considerar al fijar el precio, que a mayor precio la demanda disminuye y a menor precio la demanda aumenta.

Método basado en la competencia: Gracia (2020), señala que este método consiste en fijar el precio en base a los precios ya establecidos por la competencia. Este método tiene la desventaja de que no se sabría si el bien o servicio ofrecido generará rentabilidad a largo plazo.

Método basado en el costo: Gracia (2020), citando a Sangri en el 2014, menciona que se fija el precio en base a los costos en los que se incurre al momento de producir un bien o de prestar un servicio, el precio que se establece en base a este método es un precio que tomará en cuenta todos los costos más un margen de ganancia.

METODOLOGÍA

3.1 Tipo y diseño de la investigación

Tipo de investigación

La investigación fue aplicada. Conforme al concepto de Llerena (2019), porque como investigadores se busca resolver un problema del cual se tiene conocimiento pero que requiere hallar respuestas a preguntas específicas para solucionar el referido problema mediante la investigación.

Diseño de investigación

El diseño de investigación del trabajo fue no experimental, transversal, correlacional, descriptivo y de enfoque cuantitativo.

Según la definición propuesta por Kerliger (s.f.), en el diseño no experimental no se manipulan las variables, con la ventaja de que puede apreciarse la realidad sin realizar ningún tipo de cambio, evitando la manipulación de los resultados, toda vez que no se realizan modificaciones en el objeto de estudio que sesguen el resultado a favor de la investigación o al interés del investigador.

Según la definición propuesta por Bernal (2010), es transversal porque solo se realizará una medición de las variables en un momento dado.

Según la definición propuesta por Fernández, et al. (2006), es correlacional, porque tenemos como objetivo estudiar la relación de dos variables en su ambiente natural, lo que se desea es establecer el nivel de la relación que podría existir entre las variables. Es decir, la investigación nos ayudará a cuantificar la relación que existe entre nuestras variables, siendo que dichas correlaciones son expresadas en una hipótesis, la cual se somete a prueba.

Según la definición propuesta por Mejía (2020), es descriptivo porque este tipo de investigación, como su mismo nombre sugiere, describe una población y/o una situación dada en un momento dado, de la cual se quiere obtener información y estudiarla.

Tuvo un enfoque cuantitativo, según la definición propuesta por Hernández et al. (2014), afirman que este enfoque nos permite hacer una medición basada en números y en análisis estadísticos al momento de recolectar los datos, para que después se puedan fijar pautas del comportamiento de las variables que se están estudiando y se pueda contrastar teorías.

3.2 Variables y operacionalización

Definición conceptual:

Variable cualitativa 1: Costos de Servicios

“William (2014) menciona que por costo de servicio se entiende los gastos reales, directos e indirectos, incluyendo un margen razonable de beneficio.” (Vargas, 2018, p.46)

Variable cualitativa 2: Política de Precios

Para determinar el precio que tendrá un producto o servicio se deben considerar diversos factores, estos pueden ser internos y/o externos. El precio también se ve influenciado por la demanda y la oferta existente en el mercado. Para fijar el precio existen métodos de fijación de precios incluyendo entre ellos los que lo hacen en función del costo. (Calle, Mendoza & Torres, 2018)

Definición operacional

Variable 1: Costos de Servicios

Se aplicó como técnica la encuesta, a través del uso de instrumentos como el cuestionario y las afirmaciones que permitieron obtener información relevante sobre una población a partir de una muestra seleccionada. Se operacionalizan en 4 dimensiones: gastos reales, costos directos, costos indirectos y margen razonable de beneficio.

Variable 2: **Política de Precios**

Se aplicó como técnica la encuesta, a través del uso de instrumentos como el cuestionario y las afirmaciones que permitieron obtener información relevante sobre una población a partir de una muestra seleccionada. Se operacionalizan en 4 dimensiones: factores internos, factores externos, la demanda y métodos de fijación de precios.

Indicadores:

Los indicadores que delimitaron cómo se comporta la variable 1 costos de servicio fueron: Insumos, mano de obra, materiales directos, mano de obra directa, embalajes, mano de obra indirecta, alquiler, energía eléctrica o agua, depreciación, costos de servicio, margen neto, margen bruto.

Los indicadores que delimitaron cómo se comporta la variable 2 política de precios fueron: Precio, recursos técnicos, recursos humanos, medidas gubernamentales, los cambios climáticos, mercado de servicios, competitividad, compradores o consumidores, necesidades o deseos, capacidad de pago, lugar establecido, método basado en la demanda, método basado en la competencia, método basado en el costo.

Las variables se midieron por un cuestionario que contenía afirmaciones que se validaron y además eran confiables, se desarrolló con 5 niveles de respuesta en la Escala de Likert: (1) Nunca, (2) casi nunca, (3) a veces, (4) casi siempre y (5) siempre.

Tabla 1

Niveles escala Likert

Nunca	Casi Nunca	A Veces	Casi siempre	Siempre
1	2	3	4	5

Fuente: Elaboración propia

3.3 Población, muestra, muestreo, unidad de análisis

Población

Estuvo constituida por 25 colaboradores que realizan diferentes funciones en la empresa como: funcionarios, administración, contabilidad, ventas, finanzas y operaciones de la empresa Rojo Express Logística SAC, Lima-2020; quienes cumplen funciones que se vinculan de forma directa con las variables de estudio.

Criterios de inclusión: Se incluyó a todos los funcionarios y personal que laboran en las diferentes áreas y que realizan funciones relacionadas con las variables en estudio, los cuales forman parte de la población.

Criterios de exclusión: No se consideró al recurso humano que no se involucra en las áreas mencionadas para el estudio.

Tabla 2

Personal administrativo y de operaciones- muestra y muestreo de la prueba piloto de la empresa Rojo Express Logística SAC, Lima-2020.

Área	Población	Muestra	Muestreo Prueba Piloto (50%)	Porcentaje
Administración	7	7	3	28%
Contabilidad	2	2	1	8%
Ventas	1	1	1	4%
Finanzas	1	1	1	4%
Operaciones	14	14	7	56%
Total	25	25	13	100%

Fuente: Elaboración propia

Muestra

Se determinó una muestra censal a través del método probabilístico, aplicándose a 25 personas que realizan sus funciones en las diferentes áreas de la empresa como: funcionarios, administración, contabilidad, ventas, finanzas y operaciones de la empresa Rojo Express Logística SAC, Lima-2020; quienes cumplen funciones que se vinculan directamente con las variables de estudio. Dado que la investigación abarca una muestra menor a 30 sujetos se ha trabajado con el diseño de muestra censal.

Bernal (2010), dice que la muestra es una parte del todo que se toma del total de la población, de la que se obtendrá información para llevar a cabo el estudio de investigación.

Ramírez (1997), define la muestra censal como el total de unidades que se va a investigar, ya que se considera al cien por ciento de la población como un número de sujetos manejables para el estudio.

Muestreo

Se utilizó el método no probabilístico por conveniencia, para obtener un muestreo de 13 colaboradores que realizan sus funciones en la empresa como: funcionarios, administración, contabilidad, ventas, finanzas y operaciones de la empresa Rojo Express Logística SAC, Lima-2020.

Muestreo, según López (2004) es un método que permite elegir a tus elementos de estudio dentro de la muestra, que se escogió de una población total.

Muestreo no probabilístico, según Ortega (s.f.) no se realiza una selección al azar del muestreo, sino que el investigador confía en su buen juicio para seleccionarlo, cabe decir que este juicio es subjetivo.

En otras palabras, en el muestreo no probabilístico no todas las unidades que forman parte de la investigación tienen la probabilidad de ser seleccionados.

Por ello, como no todos los elementos de estudio pueden formar parte del muestreo se aplica el juicio del investigador para seleccionarlos.

Unidad de análisis

La presente investigación se realizó en la empresa Rojo Express Logística SAC, Lima-2020; se aplicó a los colaboradores que trabajan en la empresa en sus diferentes áreas como: funcionarios, administración, contabilidad, ventas, finanzas y operaciones.

Hernández et al. (2014), mencionan de manera breve que la unidad de análisis se compone por los sujetos de estudio, pudiendo ser individuos u organizaciones.

3.4 Técnicas e Instrumentos de recolección de datos

Técnicas

El método aplicado fue la encuesta, se realizó a 25 colaboradores que trabajan en la empresa Rojo Express Logística SAC, Lima-2020.

Casas et al. (2003), señalan que la forma más rápida y sin demoras de obtener información y estructuras datos es aplicando como técnica de recolección de datos la encuesta.

Instrumentos

Se empleó el cuestionario, con una medición de 5 niveles en la escala de Likert con el propósito de poder medir la variable costos de servicios y la variable política de precios, de forma cuantitativa. El cuestionario contiene 30 reactivos. Se empleó en las variables de estudio para mostrar cómo se comportan.

Hernández et al. (2014), mencionan que el cuestionario es un instrumento muy utilizado al momento de recolectar información y datos, este contiene preguntas acerca de las variables que se medirán.

Tabla 3

Principales técnicas de instrumentos de investigación

Técnicas	Instrumentos
Encuesta	Cuestionario

Fuente: Elaboración propia

Validez y confiabilidad del instrumento

Validez

Para este proceso se acudió a la opinión de expertos, esencialmente a profesionales calificados, quienes van a analizar y observar si los ítems o reactivos del cuestionario se formularon correctamente y si se podrán aplicar a la presente investigación.

Tabla 4

Validadores

NOMBRE DEL VALIDADOR	GRADO	PORCENTAJE
1.- Roberth Frias Guevara	Doctor	90%
2.- María Elena Medina Guevara	Magister	90%
3.- Marcelo Dante Gonzales Mato	Magister	80%

Fuente: Elaboración propia

Confiabilidad

La información que se recolectó a través del cuestionario se procesó por el programa estadístico informático SPSS.

Porcentaje de confiabilidad

Tabla 5

Escala de Alfa de Cronbach

Rango	Criterio
0,81 a 1,00	Muy Alta
0,61 a 0,80	Alta
0,41 a 0,60	Moderada
0,21 a 0,40	Baja
0,01 a 0,20	Muy baja

Fuente: Elaboración propia

Tabla 6

Resumen de procesamiento de datos del muestreo – piloto

	N	%	
Casos	Válido	13	100.0
	Excluido	0	0.0
	Total	13	100.0

Fuente: SPSS Versión 28.

Tabla 7*Estadística de Fiabilidad del muestreo – piloto*

Alfa de Cronbach Estandarizados	Alfa de Cronbach Basada en Elementos	N° de Elementos
0.845	0.834	30

Fuente: SPSS Versión 28.

Interpretación: Según el resultado que se obtuvo de las dos variables, el coeficiente de los 30 reactivos del cuestionario evaluado fue de 0.845 (ver tabla 7) por lo que, al ser un resultado mayor a 0.80 (ver tabla 5), se validó el instrumento de ambas variables estudiadas, por tener un nivel de confiabilidad muy alto.

3.5 Procedimientos

Se dio inicio con el planteamiento del problema, seguidamente se identificaron las variables a estudiar para establecer el título de la investigación, después se solicitó la autorización a la empresa Rojo Express Logística S.A.C. Lima, 2020 para el uso de su nombre y de la información. Para desarrollar la presente investigación se recogió información de fuentes bibliográficas confiables como tesis, artículos científicos, páginas de internet, revistas, libros, etc., validadas por Turnitin, que permitieron sustentar y fundamentar el problema encontrado en esta investigación, la cual se realizó aplicando un cuestionario a 13 colaboradores de la empresa (prueba piloto); seguidamente se aplicó el test de confiabilidad Alfa de Cronbach, se obtuvo tablas porcentuales y gráficos, después se procedió a ingresar las respuestas de los investigados a una tabla de Excel para construir un baremo para cada una de las variables y las dimensiones a analizar; para exportarlos al software estadístico SPSS y obtener los resultados estadísticos.

3.6 Método de análisis de datos

Para obtener y posteriormente analizar los datos se realizó la encuesta, después se utilizó el coeficiente Alfa de Cronbach para determinar la confiabilidad del muestreo y después a la muestra. Se obtuvo resultados descriptivos (tablas de frecuencia, tablas porcentuales y gráficos) e inferenciales después de ingresar los datos al software estadístico SPSS, se determinó la prueba de normalidad y se pudo contrastar la hipótesis mediante Rho de Spearman.

3.7 Aspectos éticos

La investigación fue desarrollada teniendo especial atención a consideraciones éticas como la originalidad, confidencialidad, veracidad y objetividad; se respetó en todo momento la guía de investigación proporcionada por la Universidad, y además se tuvo la autorización de la empresa Rojo Express Logística S.A.C., también se empleó en este proyecto el manual de citación Normas APA vigentes según la séptima edición y el uso permanente del programa de similitud Turnitin.

RESULTADOS

Presentación de resultados

El presente estudio de investigación presenta resultados que responden a la pregunta general: ¿Cómo se relacionan los Costos de Servicios y la Política de Precios en la Empresa ROJO EXPRESS LOGÍSTICA SAC, Lima - 2020?, por ello se aplicó el Alfa al grupo estudiado, para así poder determinar la fiabilidad, la validez y la confiabilidad del cuestionario, fue aplicado a 25 trabajadores (funcionarios, personal de dirección y de apoyo) de la empresa que conformaron la muestra, por lo tanto, se sometió a prueba la consistencia, la estabilidad y la equivalencia de las dos variables de esa manera permitió saber que las medidas parciales que se obtuvo de los ítems aplicados son consistentes entre sí y por lo tanto, representan al universo de los ítems que conseguirían que el constructo sea medido, el cuadro estadístico que se señala a continuación presenta los resultados obtenidos:

Tabla 8

Estadística de fiabilidad de la muestra

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N° de elementos
0,862	0,865	30

Fuente: SPSS Versión 28.

Interpretación: Según el resultado que se obtuvo de las dos variables, el coeficiente de los 30 reactivos del cuestionario evaluado fue de 0.862 (ver Tabla 8) por lo que, al ser un resultado mayor a 0.80 (ver tabla 5), se validó el instrumento de ambas variables estudiadas, por tener un nivel de confiabilidad muy alto.

Por ello, esta investigación tiene las siguientes dimensiones: i) Gastos reales, ii) Costos directos, iii) Costos indirectos, iv) Margen razonable de beneficio, v) Factores internos, vi) Factores externos, vii) La demanda y viii) Métodos de fijación de precios, representados conforme a los siguientes datos estadígrafos:

Tabla 9

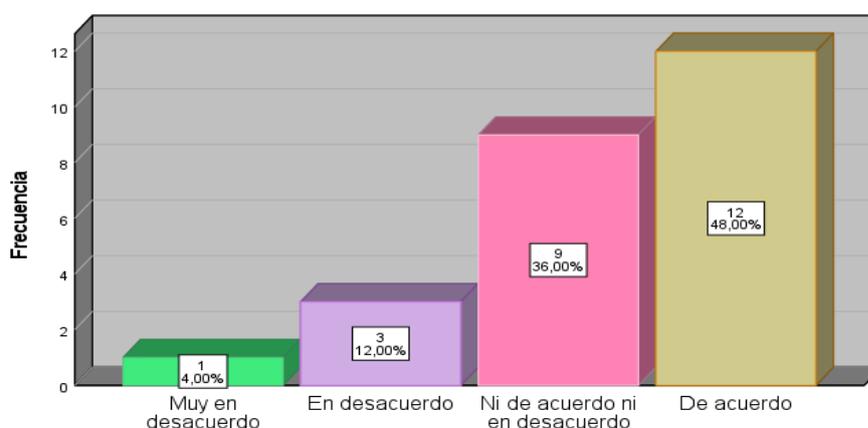
V1: La empresa reconoce como costo indirecto el pago de los ayudantes, de alquiler, de agua y luz y depreciación de vehículos al momento de prestar el servicio.

Escala de medición	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy en desacuerdo	1	4,3	4,0	4,0
En desacuerdo	3	12,0	12,0	16,0
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	9	36,0	36,0	52,0
De acuerdo	12	48,0	48,0	100,0
Total	25	100,0	100,0	

Fuente: SPSS Versión 28.

Figura 1

V1: La empresa reconoce como costo indirecto el pago de los ayudantes, de alquiler, de agua y luz y depreciación de vehículos al momento de prestar el servicio.



Interpretación: De acuerdo con el estudio realizado a la variable costos de servicios, en la afirmación, La empresa reconoce como costo indirecto el pago de los ayudantes, de alquiler, de agua y luz y depreciación de vehículos al momento de prestar el servicio, se obtuvo como resultado que el 48% demostró que sí sabe, el 36% es indiferente, el 12% está disconforme, el 4% no sabe. En tal sentido, se concluye que el 48% de los empleados de la empresa Rojo Express Logística S.A.C., reconoce los costos indirectos de la empresa al momento de prestar el servicio y el 52% no lo reconoce o no le interesa.

Tabla 10

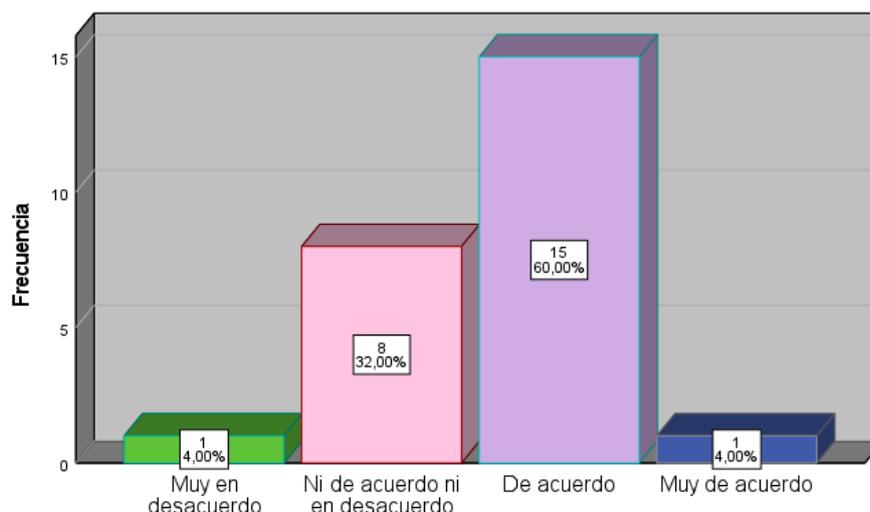
V2: Cuando los clientes adquieren el servicio de Courier, se acercan a las oficinas.

Escala de medición	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy en desacuerdo	1	4,0	4,0	4,0
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	8	32,0	32,0	36,0
De acuerdo	15	60,0	60,0	96,0
Muy de acuerdo	1	4,0	4,0	100,0
Total	25	100,0	100,0	

Fuente: SPSS Versión 28.

Figura 2

V2: Cuando los clientes adquieren el servicio de Courier se acercan a las oficinas.

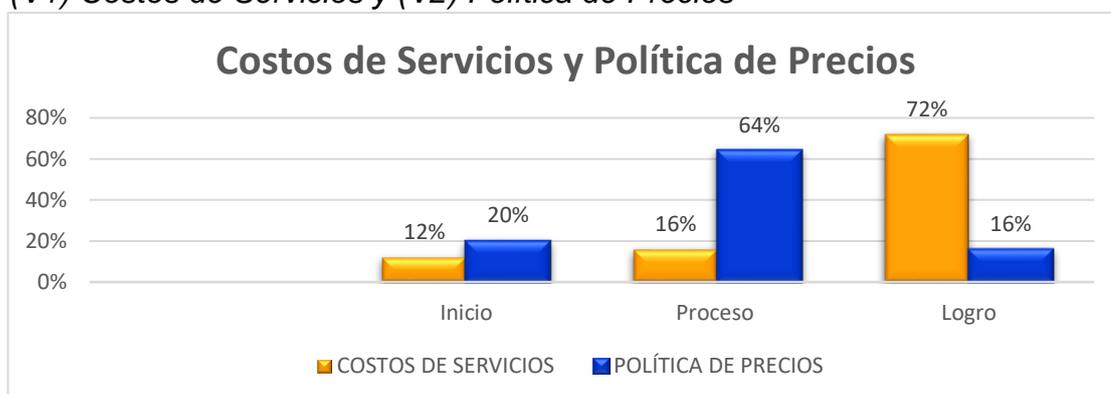


Interpretación: De acuerdo con el estudio realizado a la variable política de precios, en la afirmación, Cuando los clientes adquieren el servicio de Courier, se acercan a las oficinas, se obtuvo como resultado que el 4% lo logra identificar, el 60% lo sabe, el 32% no le interesa, el 4% no lo logra identificar. Por lo tanto, se concluye que el 64% del personal de la empresa Rojo Express Logística S.A.C., afirma que los clientes cuando adquieren el servicio de Courier se acercan a las oficinas para contratar el servicio y un 36% no lo considera necesario o es indiferente.

Tabla 11*Baremos de (V1) Costos de Servicios y (V2) Política de Precios*

Baremos		Niveles/escala	(V1) Costos de Servicios		(V2) Política de Precios	
			fi	Hi	Fi	Hi
[45 - 49]	[51 - 56]	Inicio	3	12%	5	20%
[50 - 54]	[57 - 62]	Proceso	4	16%	16	64%
[55 - 61]	[63 - 70]	Logrado	18	72%	4	16%
		Total	25	100%	25	100%

Fuente: SPSS Versión 28.

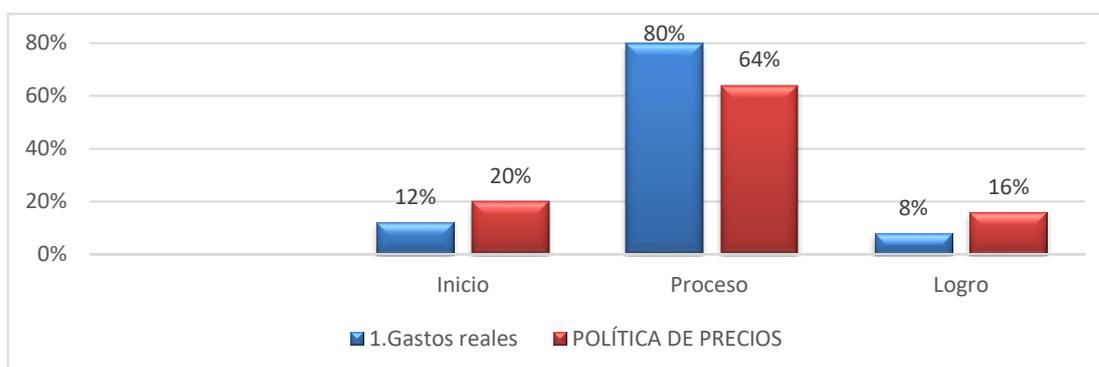
Figura 3*(V1) Costos de Servicios y (V2) Política de Precios*

Interpretación: De acuerdo con el estudio realizado, se puede ver que de los 25 trabajadores encuestados de la empresa Rojo Express Logística S.A.C., los costos de servicios se encuentran en un nivel de inicio con el 12% de la población y el 16% de la población se ubican en el nivel de proceso así mismo, la política de precios con el 20% de la población se ubican en un nivel de inicio y el 64 % de la población están en el nivel de proceso, por consiguiente, los costos de servicios con un 28% y la política de precios con un 84% todavía no han logrado su desarrollo, de modo que, el 72% demuestran que si se ha logrado los costos de servicios en la empresa; además el 16% opinan que si hay un logro en la política de precios, por lo tanto, se llegó a la siguiente conclusión que los costos de servicios (V1) son identificados por el personal de la empresa en un 72%, quedando en inicio y proceso un 28%, sin embargo en el manejo de la política de precios (V2) se encuentra en un 16% de logro quedando en inicio y proceso el 84%.

Tabla 12*Baremos de (D1) Gastos reales y (V2) Política de Precios*

Baremos	Niveles/escala	(D1) Gastos reales		(V2) Política de Precios	
		Fi	Hi	Fi	Hi
[7 - 7]	[51 - 56]	3	12%	5	20%
[8 - 8]	[57 - 62]	20	80%	16	64%
[9 - 10]	[63 - 70]	2	8%	4	16%
Total		25	100%	25	100%

Fuente: SPSS Versión 28.

Figura 4*(D1) Gastos reales y (V2) Política de Precios*

Interpretación: De acuerdo con el estudio realizado a la dimensión Gastos reales y a la variable Política de precios, se observa que de los 25 colaboradores de la empresa Rojo Express Logística S.A.C., a quienes se realizó la encuesta, los gastos reales se encuentran en un nivel de inicio con el 12% de la población y el 80% de la población se ubican en el nivel de proceso así mismo, la política de precios con el 20% de la población se ubican en un nivel de inicio y el 64 % de la población están en el nivel de proceso. En consecuencia, los gastos reales con un 92% y la política de precios con un 84% todavía no han logrado su desarrollo, de modo que, el 8% demuestran que si se ha logrado identificar los gastos reales en la empresa; además el 16% opinan que si hay un logro en la política de precios, por lo tanto, se llegó a la siguiente conclusión que los gastos reales (D1) son identificados por el personal de la empresa en un 8%, quedando en inicio y proceso un 92% sin embargo, la política de precios (V2) de la empresa se encuentra en un 16% de logro quedando en inicio y proceso el 84%.

Tabla 13

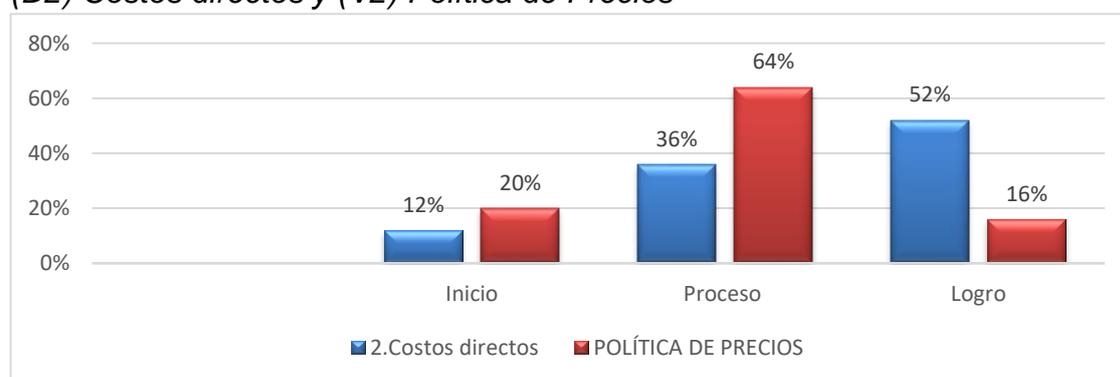
Baremos (D2) Costos directos y (V2) Política de Precios

Baremos	Niveles/escala	(D2) Costos directos		(V2) Política de Precios	
		Fi	Hi	Fi	Hi
[8 - 9]	[51 - 56]	3	12%	5	20%
[10 - 11]	[57 - 62]	9	36%	16	64%
[12 - 13]	[63 - 70]	13	52%	4	16%
Total		25	100%	25	100%

Fuente: SPSS Versión 28.

Figura 5

(D2) Costos directos y (V2) Política de Precios



Interpretación: Del estudio realizado a la dimensión Costos directos y a la variable Política de precios, se aprecia que de los 25 colaboradores de la empresa Rojo Express Logística S.A.C., a quienes se realizó la encuesta, los costos directos se encuentran en un nivel de inicio con el 12% de la población y el 36% de la población se ubican en el nivel de proceso así mismo, la política de precios con el 20% de la población se ubican en un nivel de inicio y el 64 % de la población están en el nivel de proceso, por ello, los costos directos con un 48% y la política de precios con un 84% todavía no han logrado su desarrollo, de modo que, el 52% demuestran que si se ha logrado identificar los costos directos en la empresa; además el 16% opinan que si hay un logro en la política de precios, por lo tanto, se llegó a la siguiente conclusión que los costos directos (D2) de la empresa si se logran identificar por el personal en un 52%, quedando en inicio y proceso el 48%, sin embargo, la política de precios (V2) de la empresa se encuentra en un 16% de logro quedando en inicio y proceso el 84%.

Tabla 14

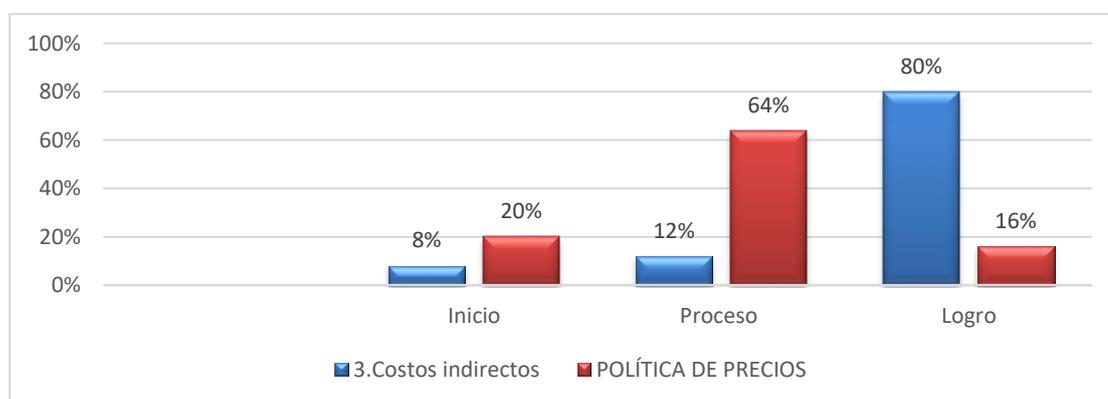
Baremos de (D3) Costos indirectos y (V2) Política de Precios

Baremos		Niveles/escala	(D3) Costos indirectos		(V2) Política de Precios	
			Fi	Hi	Fi	Hi
[15 - 17]	[51 - 56]	Inicio	2	8%	5	20%
[18 - 20]	[57 - 62]	Proceso	3	12%	16	64%
[21 - 25]	[63 - 70]	Logrado	20	80%	4	16%
		Total	25	100%	25	100%

Fuente: SPSS Versión 28.

Figura 6

(D3) Costos indirectos y (V2) Política de Precios

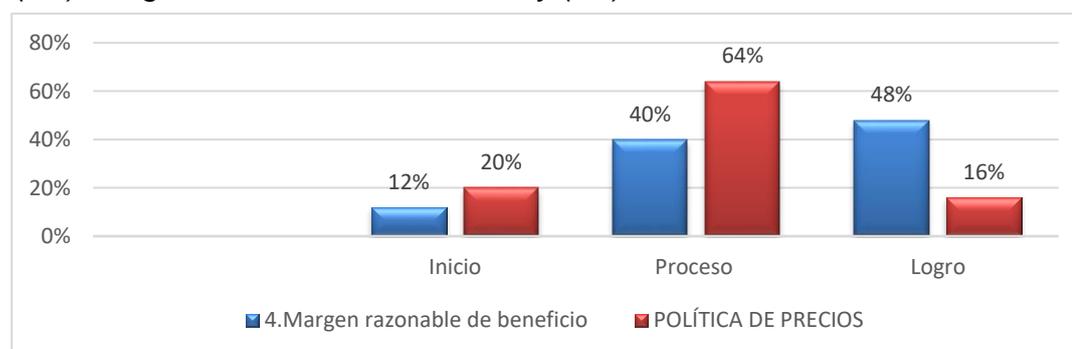


Interpretación: De acuerdo a la dimensión Costos indirectos y a la variable Política de precios, se aprecia que de los 25 trabajadores de la empresa Rojo Express Logística S.A.C., a quienes se realizó la encuesta, los costos indirectos se encuentran en un nivel de inicio con el 8% de la población y el 12% de la población se encuentran en el nivel de proceso así mismo, la política de precios con el 20% de la población se ubican en un nivel de inicio y el 64 % de la población están en el nivel de proceso, por ello, los costos indirectos con un 20% y la política de precios con un 84% todavía no han logrado su desarrollo, de modo que, el 80% demuestran que si se ha logrado identificar los costos indirectos en la empresa; además el 16% opinan que si hay un logro en la política de precios, por lo tanto, se llegó a la siguiente conclusión que los costos indirectos (D3) de la empresa si se logran identificar por el personal en un 80%, quedando en inicio y proceso el 20%, sin embargo, la política de precios (V2) de la empresa se encuentra en un 16% de logro quedando en inicio y proceso el 84%.

Tabla 15*Baremos de (D4) Margen razonable de beneficio y (V2) Política de Precios*

Baremos	Niveles/escala	(D4) Margen razonable de beneficio		(V2) Política de Precios	
		Fi	Hi	Fi	Hi
[11 - 12]	[51 - 56]	3	12%	5	20%
[13 - 14]	[57 - 62]	10	40%	16	64%
[15 - 16]	[63 - 70]	12	48%	4	16%
Total		25	100%	25	100%

Fuente: SPSS Versión 28.

Figura 7*(D4) Margen razonable de beneficio y (V2) Política de Precios*

Interpretación: De acuerdo a la dimensión Margen razonable de beneficio y a la variable Política de precios, se puede ver que de los 25 colaboradores de la empresa Rojo Express Logística S.A.C., a quienes se realizó la encuesta, el margen razonable de beneficio se encuentra en un nivel de inicio con el 12% de la población y el 40% de la población se ubican en el nivel de proceso así mismo, la política de precios con el 20% de la población se ubica en un nivel de inicio y el 64% de la población están en el nivel de proceso, por esta razón, el margen razonable de beneficio con un 52% y la política de precios con un 84% todavía no han logrado su desarrollo, de modo que, el 48% demuestran que si se ha logrado identificar el margen razonable de beneficio de la empresa; además el 16% opinan que si hay un logro en la política de precios, por lo tanto, se llegó a la siguiente conclusión que el margen razonable de beneficio (D4) de la empresa si se logra identificar por el personal en un 48%, quedando en inicio y desarrollo el 52%, sin embargo, la política de precios (V2) de la empresa se encuentra en un 16% de logro quedando en inicio y proceso el 84%.

Contrastación de Hipótesis

Para poder contrastar la hipótesis se aplicó pruebas estadísticas inferenciales, para la determinación y la contrastación de la confiabilidad de correlación entre las variables y dimensiones expuestas a análisis, se consideró la hipótesis general y las hipótesis específicas formuladas, se aplicó la prueba de normalidad para poder determinar qué modelo estadístico se utilizaría.

Prueba de normalidad:

- a) El nivel de significancia límite es 5% ó 0,05;
- b) Si $p > 0,05$ = Distribución normal y
- c) Si $p < 0,05$ = distribución no paramétrica.

Tabla 16

Prueba de Normalidad

	Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.
Variable 1: Costos de Servicios	,533	25	,001
Variable 2: Política de Precios	,547	25	,001

Fuente: SPSS Versión 28.

Interpretación: Se aplicó la prueba de normalidad a las variables Costos de Servicios y Política de Precios, se procesó la información obtenida de las dos variables, el grado de libertad es $25=25$, debido a ello, se usará Shapiro-Wilk, además, se obtuvo una significancia de 0.001 y $0.001 < 0.05$, por lo que, para la contrastación de la hipótesis se trabajará con una distribución no paramétrica. Por consiguiente, se utilizó Rho de Spearman para comprobar la prueba de hipótesis y contrastar si las dos variables tienen relación o no, Hernández et al. (2014), dicen que Rho de Spearman es un coeficiente que se utiliza para relacionar de forma estadística escalas tipo Likert y las variables que tengan medida ordinal.

Tabla 17*Correlaciones de Rho de Spearman*

Valor de Rho de Spearman	Significado
-1	Correlación negativa grande y perfecta
-0.9 a -0.99	Correlación negativa muy alta
-0.7 a -0.89	Correlación negativa alta
-0.4 a -0.69	Correlación negativa moderada
-0.2 a -0.39	Correlación negativa baja
-0.01 a -0.19	Correlación negativa muy baja
0	Correlación nula
0.01 a 0.19	Correlación positiva muy baja
0.2 a 0.39	Correlación positiva baja
0.4 a 0.69	Correlación positiva moderada
0.7 a 0.89	Correlación positiva alta
0.9 a 0.99	Correlación positiva muy alta
1	Correlación positiva grande y perfecto

Fuente: Coeficiente de Rho Spearman

Prueba de Hipótesis General:

H₀: No existe una relación significativa entre los Costos de Servicios y la Política de Precios en la Empresa ROJO EXPRESS LOGÍSTICA SAC, Lima-2020.

H₁: Existe una relación significativa entre los Costos de Servicios y la Política de Precios en la Empresa ROJO EXPRESS LOGÍSTICA SAC, Lima-2020.

Para el contraste de hipótesis a un nivel de significancia (Sig.), donde $\alpha < 0,05$; se utilizó el estadístico (SPSS) correlación de Rho de Spearman:

Tabla 18

Correlación y significancia entre la Variable 1: Costos de Servicios y Variable 2: Política de Precios

			Costos de Servicios	Política de Precios
Rho de Spearman	Costos de Servicios	Coefficiente de correlación	1,000	,611
		Sig. (bilateral)	.	,001
		N	25	25
	Política de Precios	Coefficiente de correlación	,611**	1,000
		Sig. (bilateral)	,001	.
		N	25	25

Fuente: SPSS Versión 28.

Contrastación

Al obtener una significancia de $p=0,001 < 0,05$, el juicio de la validación hipotética se definirá así: la hipótesis alterna H_1 se acepta y la hipótesis nula H_0 se rechaza, si sucede lo contrario y la significancia es mayor a 0,05, por lo tanto, la hipótesis alterna H_1 se rechazará y la hipótesis nula H_0 se aceptará.

Interpretación

De los resultados obtenidos, se observa un valor de $p=0,001 < 0,05$, indicando que la hipótesis nula (H_0) se rechaza y la hipótesis alterna (H_1) se acepta, encontrando una relación significativa entre los Costos de Servicios y la Política de Precios en la empresa Rojo Express Logística SAC, Lima-2020. Asimismo, se logró un resultado de $Rho=0,611$, lo que muestra que la relación entre Costos de Servicios (V_1) y Política de Precios (V_2) en la empresa Rojo Express Logística SAC, Lima-2020 es positiva moderada. En consecuencia, existe una correlación positiva moderada y una relación significativa entre los Costos de Servicios y la Política de Precios en la Empresa ROJO EXPRESS LOGÍSTICA SAC, Lima-2020.

Prueba de Hipótesis Específica 1:

H₀: No existe una relación significativa entre los Gastos reales y la Política de Precios en la Empresa ROJO EXPRESS LOGÍSTICA SAC, Lima-2020.

H₁: Existe una relación significativa entre los Gastos reales y la Política de Precios en la Empresa ROJO EXPRESS LOGÍSTICA SAC, Lima-2020.

Tabla 19

Correlación y significancia entre la Dimensión 1: Gastos reales y la Variable 2: Política de Precios

			Gastos reales	Política de Precios
Rho de Spearman	Gastos reales	Coefficiente de correlación	1,000	,417
		Sig. (bilateral)	.	,038
	N	25	25	
	Política de Precios	Coefficiente de correlación	,417	1,000
Sig. (bilateral)		,038	.	
N		25	25	

Fuente: SPSS Versión 28.

Conclusión: De los resultados obtenidos, la correlación entre gastos reales (D1) y la política de precios (V2) es de $Rho=0,417$ lo que muestra una correlación positiva moderada, además, la significancia es $p = 0,038 < 0,05$; lo que indica que, la hipótesis nula (H_0) se rechazó y la hipótesis alterna (H_1) se aceptó, por consiguiente, se llegó a la siguiente conclusión que los gastos reales tienen una relación significativa y una correlación positiva moderada con la política de precios en la empresa Rojo Express Logística SAC, Lima-2020.

Prueba de Hipótesis Específica 2:

H₀: No existe una relación significativa entre los Costos directos y la Política de Precios en la Empresa ROJO EXPRESS LOGÍSTICA SAC, Lima-2020.

H₁: Existe una relación significativa entre los Costos directos y la Política de Precios en la Empresa ROJO EXPRESS LOGÍSTICA SAC, Lima-2020.

Tabla 20

Correlación y significancia entre la Dimensión 2: Costos directos y la Variable 2: Política de Precios

			Costos directos	Política de Precios
Rho de Spearman	Costos directos	Coefficiente de correlación	1,000	,475
		Sig. (bilateral)	.	,016
		N	25	25
	Política de Precios	Coefficiente de correlación	,475*	1,000
		Sig. (bilateral)	,016	.
		N	25	25

Fuente: SPSS Versión 28

Conclusión: De los resultados que se obtuvieron, la correlación entre costos directos (D2) y la política de precios (V2) es de $Rho=0,475$ lo que da como resultado una correlación positiva moderada, por otro lado, la significancia es de $p = 0,016 < 0,05$; en consecuencia, la hipótesis nula (H_0) se rechazó y la hipótesis alterna (H_1) se aceptó, por consiguiente, se llegó a la siguiente conclusión que los costos directos tienen una relación significativa y una correlación positiva moderada con la política de precios en la empresa Rojo Express Logística SAC, Lima-2020.

Prueba de Hipótesis Específica 3:

H₀: No existe una relación significativa entre los Costos indirectos y la Política de Precios en la Empresa ROJO EXPRESS LOGÍSTICA SAC, Lima-2020.

H₁: Existe una relación significativa entre los Costos indirectos y la Política de Precios en la Empresa ROJO EXPRESS LOGÍSTICA SAC, Lima-2020.

Tabla 21

Correlación y significancia entre la Dimensión 3: Costos indirectos y la Variable 2: Política de Precios

			Costos indirectos	Política de Precios
Rho de Spearman	Costos indirectos	Coeficiente de correlación	1,000	,413
		Sig. (bilateral)	.	,040
	Política de Precios	N	25	25
		Coeficiente de correlación	,413*	1,000
		Sig. (bilateral)	,040	.
		N	25	25

Fuente: SPSS Versión 28

Conclusión: De acuerdo con los resultados obtenidos, la correlación entre costos indirectos (D3) y la política de precios (V2) es de $Rho=0,413$ lo que da como resultado una correlación positiva moderada, por otro lado, la significancia es de $p = 0,040 < 0,05$; por consiguiente, la hipótesis nula (H_0) se rechazó y la hipótesis alterna (H_1) se aceptó, por consiguiente, se llegó a la siguiente conclusión que los costos indirectos tienen un relación significativa y una correlación positiva moderada con la política de precios en la empresa Rojo Express Logística SAC, Lima-2020.

Prueba de Hipótesis Específica 4:

H₀: No existe una relación significativa entre el margen razonable de beneficio y la Política de Precios en la Empresa ROJO EXPRESS LOGÍSTICA SAC, Lima-2020.

H₁: Existe una relación significativa entre el margen razonable de beneficio y la Política de Precios en la Empresa ROJO EXPRESS LOGÍSTICA SAC, Lima-2020.

Tabla 22

Correlación y significancia entre la Dimensión 4: Margen razonable de beneficio y la Variable 2: Política de Precios

			Margen razonable de beneficio	Política de Precios
Rho de Spearman	Margen razonable de beneficio	Coefficiente de correlación	1,000	,562
		Sig. (bilateral)	.	,003
		N	25	25
	Política de Precios	Coefficiente de correlación	,562**	1,000
		Sig. (bilateral)	,003	.
		N	25	25

Fuente: SPSS Versión 28

Conclusión: Al observar los resultados obtenidos, la correlación entre margen razonable de beneficio (D4) y la política de precios (V2) es de $Rho=0,562$ lo que da como resultado una correlación positiva moderada, por otro lado, la significancia es de $p = 0,003 < 0,05$; por consiguiente, la hipótesis nula (H_0) se rechazó y la hipótesis alterna (H_1) se aceptó, por consiguiente, se llegó a la siguiente conclusión que el margen razonable de beneficio tiene una relación significativa y tiene una correlación positiva moderada con la política de precios en la empresa Rojo Express Logística SAC, Lima-2020.

DISCUSIÓN

DISCUSIÓN

Luego de exponer y estudiar los resultados descriptivos e inferenciales de la investigación Costos de Servicios y su relación con la Política de Precios en la Empresa ROJO EXPRESS LOGÍSTICA SAC, Lima-2020, a continuación, se realiza la discusión tomando los trabajos previos y las teorías que se mencionaron en el capítulo II, dicha información se refiere a los costos de servicios (V1) y a la política de precios (V2), se considera las dimensiones, los objetivos y las hipótesis.

- De la hipótesis general: Existe una relación significativa entre los Costos de Servicios y la Política de Precios en la Empresa ROJO EXPRESS LOGÍSTICA SAC, Lima-2020, según los resultados obtenidos aplicando Rho de Spearman se mostró una correlación positiva moderada de 0,611 (61%) y una significancia bilateral de 0,001 entre costos de servicios (V1) y política de precios (V2) de la empresa Rojo Express Logística SAC, Lima-2020. En consecuencia, existe una correlación positiva moderada y una relación significativa entre los Costos de Servicios y la Política de Precios en la Empresa ROJO EXPRESS LOGÍSTICA SAC, Lima-2020. Además, el análisis de los baremos de la (V1) costos de servicios y la (V2) política de precios se obtuvieron los siguientes resultados que los costos de servicios (V1) son identificados con un nivel de logro por el personal de la empresa en un 72%, quedando en inicio y proceso un 28%, sin embargo, en el manejo de la política de precios se encuentra en un 16% de logro quedando en inicio y proceso el 84%.

Interpretación comparativa:

Al efecto, hay conformidad con Jiménez (2019), dice que los costos del proceso productivo y la fijación de precios si tienen relación, dado que, mostró una significancia de $0,000 < 0,01$ al aplicar Pearson y una correlación de 0.94 que indica una correlación positiva muy alta, por ello, determinó que existe relación entre los costos del proceso productivo y la fijación de precios, además, Pozo (2019),

menciona que si existe relación entre cómo se fijan los precios y los costos del proceso productivo, además, de que tienen una relación directa, esto al utilizar el método deductivo como base para demostrar la correlación de sus variables. Además, comprobó que si los costos de producción son establecidos de manera eficiente los precios se fijarán de forma adecuada. Por otro lado, Chávez (2018), menciona que la fijación de precios se ve influenciada por los sistemas de costos por órdenes específicas, teniendo una relación directa entre sí, en conclusión sí existe una relación directa y fuerte entre las dos variables con un $p=0,000$ inferior a 0.05 y además una correlación de 0,892, que indica una correlación positiva alta, ya que, para determinar de una forma más adecuada los precios se utiliza un sistema de costos por órdenes específicas en los productos o pedidos de la empresa. También, Flores (2016), menciona que los costos que participan en el proceso de elaboración son el componente principal del precio, es importante fijar un precio que cubra los costos del proceso productivo. Además, en la Teoría del valor de Adam Smith (1776), manifiesta que el precio de todo producto se fija entre la cantidad del producto y la demanda de los que quieren pagar lo que costó producirlo o el valor completo de los factores de producción como trabajo (salarios), capital (beneficios) y tierra (rentas) que se paga por ponerla en el mercado. De manera similar lo expresa en su Teoría de costos de producción donde coincide en que el beneficio, los salarios y la renta conforman el valor de cambio. Por lo que, se puede concluir que en base a las pruebas estadísticas, los estudios previos de las variables relacionadas y las teorías que sustentan los costos de servicios (V1) y la política de precios (V2) se logra evidenciar que el 61% de las variables estudiadas tienen una correlación positiva moderada y un 39% que todavía no logra su desarrollo, en función de los gastos reales, costos directos, costos indirectos, margen razonable de beneficio, factores internos, factores externos, la demanda y métodos de fijación de precios de la presente investigación, además, que los costos de servicios (V1) son identificados con un nivel de logro por el personal de la empresa en un 72%, quedando en inicio y proceso un 28%, sin embargo, en el manejo de la política de precios se encuentra en un 16% de logro quedando en inicio y proceso el 84%.

De igual manera, para la hipótesis específica 1: Existe una relación significativa entre los Gastos reales y la Política de Precios en la Empresa ROJO EXPRESS LOGÍSTICA SAC, Lima-2020, según con los resultados obtenidos aplicando Rho de Spearman se mostró una correlación positiva moderada de 0,417 (41%) y una significancia bilateral de 0,038 entre gastos reales (D1) y la política de precios (V2) de la empresa, es por ello que se afirma que los gastos reales tienen una relación significativa y una correlación positiva moderada con la política de precios en la empresa Rojo Express Logística SAC, Lima-2020. En concordancia con la presente investigación, García y Triviño (2020), afirman que los costos influyen en la determinación del precio, se basaron en el sistema de costos por órdenes de producción, por esta razón los costos de producción se definieron por los elementos del costo, ya que, si se establece de manera adecuada el costo real este influye positivamente en el precio final del producto y se ve reflejado en la rentabilidad y su margen de ganancias. Además, Valencia (2018), menciona que aplicando un sistema de costos por órdenes de producción se logra identificar los costos reales de elaboración del servicio, así mismo, se puede mejorar los procesos productivos y hacer más eficiente el control de este, lo que se reflejará en el producto final al establecer un precio acorde a la realidad. Al igual que, Gideon (2020), en su trabajo indica que el costo real del servicio se ve reflejado en el precio, ya que, este debe ser transparente y mostrar los recursos utilizados, esto gracias a aplicar el modelo del costo basado en actividades, así se determinará las tarifas de precios con base a un costo unitario exacto que refleje los recursos utilizados para proporcionar una atención eficiente y eficaz. Por su parte, Oporta y Escobar (2015), mencionan que, para fijar los precios, se deben analizar los precios del producto y establecer un sistema de asignación de precios que permita reconocer los gastos reales efectuados por la empresa al momento de elaborar el producto y que estos se vean reflejados en el precio final para el cliente. Además, Westreicher (2020), dice que el coste real son los gastos efectuados por una empresa, en los que verdaderamente ha incurrido para desarrollar un bien o servicio; tiene tres componentes principales, insumos, la remuneración de los empleados y costos indirectos de fabricación. Por ello, se puede concluir que en base a las pruebas estadísticas, los estudios previos de las variables relacionadas y las teorías que sustentan los gastos reales (D1) y la política de precios (V2) se logra evidenciar que

el 41% de las variables estudiadas tienen una correlación positiva moderada y un 59% que todavía no logra su desarrollo, en función de los insumos, mano de obra, factores internos, factores externos, la demanda y métodos de fijación de precios de la presente investigación, además que los gastos reales (D1) son identificados por el personal de la empresa en un 8%, quedando en inicio y proceso un 92% sin embargo, la política de precios (V2) de la empresa se encuentra en un 16% de logro quedando en inicio y proceso el 84%.

Asimismo, de la hipótesis específica 2: Existe una relación significativa entre los Costos directos y la Política de Precios en la Empresa ROJO EXPRESS LOGÍSTICA SAC, Lima-2020, según los resultados obtenidos al aplicar Rho de Spearman se mostró una correlación positiva moderada de 0,475 (47%) y una significancia de 0,016 entre costos directos (D2) y la política de precios (V2) de la empresa, de esa manera se afirma que los costos directos tienen una relación significativa y una correlación positiva moderada con la política de precios en la empresa Rojo Express Logística SAC, Lima-2020. De acuerdo con Jiménez (2019), en su investigación determinó que existe una relación entre la fijación de precios y los costos del proceso de elaboración, los materiales directos forman parte del costo e influyen de manera significativa al momento de determinar el precio, ya que, estos abarcan la mayor parte de los costos, también dice que implementando un sistema de costos de producción se controlara los elementos del costo al mismo tiempo se podrá determinar un precio más acorde a su realidad, incrementando así su rentabilidad la cual se verá reflejada en el estado de resultado. Por otro lado, Pozo (2019), concuerda con el presente trabajo de investigación al decir que los costos influyen al fijar el precio, ya que, estos se deben controlar e identificar para así poder fijar el precio, de modo que, plantea implementar el sistema de costos por proceso, para reconocer y controlar los costos y así fijar el precio de venta. También, Fonseca (2012), menciona que los costos directos son parte primordial de los costos, la identificación de estos permite fijar un precio más adecuado al mercado, también nos indica que debemos de conocer a la competencia en cuanto a los precios que ofertan para así poder establecer estrategias para fijar de manera más adecuada los precios. Por otro lado, Avilés y Quispe (2018), concuerdan con la investigación al decir que para confirmar si el precio fijado es el adecuado para

la empresa se deben conocer los costos y esto se puede lograr al aplicar una estructura de costos, siendo los costos directos los que conforman la mayor parte de los costos, el método apropiado para determinar el precio en la empresa es el método de costo total. También, Zhiying (2018), menciona que los costos son un tema de importancia para los transportistas de carga, afirma que los costos de consumo de combustible ocupan alrededor de un tercio de los costos operativos totales, el combustible es un costo directo para la compañía. En ese sentido, tener un método para el cálculo de los costos resulta muy útil, porque permite estimar costos con precisión y optimizar el manejo de la empresa y así mejorar sus ganancias. Además, Valencia (2017) en su teoría menciona que los costos directos son de fácil identificación y pueden ser asignados de forma directa al proceso de elaboración. Finalmente, Gracia (2020) citando a Sangri en el 2014, menciona que se fija el precio en base a los costos en los que se incurre cuando se presta un servicio o se produce un bien, el precio que se establece en base a este método es un precio que tomará en cuenta todos los costos más un margen de ganancia, los costos directos forman parte de los costos y estos forman parte del precio. Por lo que, se puede concluir que en base a las pruebas estadísticas, los estudios previos de las variables relacionadas y las teorías que sustentan los costos directos (D2) y la política de precios (V2) se logra evidenciar que el 47% de las variables estudiadas tienen una correlación positiva moderada y un 53% que todavía no logra su desarrollo, en función de los materiales directos, mano de obra directa, embalajes, factores internos, factores externos, la demanda y métodos de fijación de precios de la presente investigación, además que los costos directos (D2) de la empresa si se logran identificar por el personal en un 52%, quedando en inicio y proceso el 48%, sin embargo, la política de precios (V2) de la empresa se encuentra en un 16% de logro quedando en inicio y proceso el 84%.

Por otro lado, de la hipótesis específica 3: Existe una relación significativa entre los Costos indirectos y la Política de Precios en la Empresa ROJO EXPRESS LOGÍSTICA SAC, Lima-2020, según los resultados obtenidos al aplicar Rho de Spearman se mostró una correlación positiva moderada de 0,413 (41%) y una significancia de 0,04 entre costos indirectos (D3) y la política de precios (V2) de la empresa, de esa manera se afirma que los costos indirectos tienen una relación

significativa y una correlación positiva moderada con la política de precios en la empresa Rojo Express Logística SAC, Lima-2020. Peña y Condori (2019), en su investigación se determinó que los costos indirectos si influyen al momento de fijar el precio, ya que, para poder determinar el costo indirecto por órdenes de trabajo se necesita establecer tasas presupuestadas y aplicar el método de costeo absorbente para la determinación del precio de venta y así lograr un costo y precio acorde a la realidad. También, Calle, Mendoza y Torres (2018), en su trabajo se determinó que hay una influencia significativa de los costos indirectos al momento de establecer el precio, para la fijación del precio se debe utilizar el método del costo total y es necesario tener tasas establecidas de los costos indirectos, para así determinar el precio más acorde. De su parte, Peña y Condori (2019) dicen que los costos indirectos, son como su nombre lo indica, todos los costos que intervienen de forma indirecta en la elaboración de un bien o servicio se componen por los pagos realizados a los trabajadores y demás recursos necesarios que participan de forma indirecta en el proceso productivo verbigracia: la mano de obra indirecta, alquiler, depreciación y agua o energía eléctrica. Los costos indirectos se caracterizan por no ser identificados, cuantificados ni relacionados fácilmente. Además, Gracia (2020) citando a Sangri en el 2014, menciona que el método basado en el costo permite fijar el precio en función de los costos en los que se incurre cuando se presta un servicio o se produce un bien, el precio que se establece en base a este método es un precio que tomará en cuenta todos los costos más un margen de ganancia. Por lo que, se puede concluir que en base a las pruebas estadísticas, los estudios previos de las variables relacionadas y las teorías que sustentan los costos indirectos (D3) y la política de precios (V2) se logra evidenciar que el 41% de las variables estudiadas tienen una correlación positiva moderada y un 59% que todavía no logra su desarrollo, en función de la mano de obra indirecta, alquiler, energía eléctrica o agua, depreciación, factores internos, factores externos, la demanda y métodos de fijación de precios de la presente investigación, además que los costos indirectos (D3) de la empresa si se logran identificar por el personal en un 80%, quedando en inicio y proceso el 20%, sin embargo, la política de precios (V2) de la empresa se encuentra en un 16% de logro quedando en inicio y proceso el 84%.

Además, de la hipótesis específica 4: Existe una relación significativa entre el margen razonable de beneficio y la Política de Precios en la Empresa ROJO EXPRESS LOGÍSTICA SAC, Lima-2020, conforme con los resultados que se obtuvo aplicando Rho de Spearman se mostró una correlación positiva moderada de 0,562 (56%) y una significancia bilateral de 0,003 entre la dimensión 4 margen razonable de beneficio y la variable 2 política de precios de la empresa, es por ello que se afirma que el margen razonable de beneficio tiene una relación significativa y una correlación positiva moderada con la política de precios en la empresa Rojo Express Logística SAC, Lima-2020. Montalvo (2021), dice en su investigación que la rentabilidad se relaciona con la fijación de precios, esto al obtener una correlación de 0.638, indicando una relación positiva considerable y además de obtener una significancia de $0.001 < 0.05$, por lo que, su hipótesis alterna se acepta. Por otra parte, López (2017), en su trabajo de investigación indica que al obtener mayor utilidad habrá mayor rentabilidad, y que al mejorar cómo se fijan los precios mejorará la situación financiera y económica de la compañía, la empresa fija sus precios en base a la competencia y el precio es accesible para los clientes al ser el precio promedio del mercado, se puede decir que, si se aumentan los clientes aumentaran las ventas y así será mayor la rentabilidad, y que si se disminuyen los costos será mayor la rentabilidad. Por otro lado, García y Triviño (2020), en su investigación mencionan que la determinación de los precios se ve influenciada por los costos, ya que, si se determina de manera adecuada el costo real este influye de manera positiva en el precio final del producto y el precio final influye directamente con el margen bruto, pues si se paga un costo bajo por los productos vendidos se obtendrá un margen de rentabilidad alto. También, Vargas (2018), dice que se debe conocer los costos en los que verdaderamente se incurre, aplicando estructuras de costos para así obtener el costo real del servicio que se presta, al tener el costo real se podrá fijar el precio más adecuado y así obtener una mayor rentabilidad. Asimismo, Samuel (2021), dice que el margen razonable de beneficio es un margen de ganancia, que refleja que tan rentable es el producto o servicio al ser vendido. Se debe tener en cuenta que esta ganancia puede ser bruta o neta, es una ganancia bruta cuando se descuentan los costos en los que se incurre al momento de elaborar el producto o prestar el servicio y la ganancia neta es cuando se descuentan los costos totales. También, Gracia (2020), dice que la fijación del

precio basado en la competencia consiste en fijar el precio en base a los precios ya establecidos por la competencia. Finalmente, Gracia (2020) citando a Sangri en el 2014, menciona que se fija el precio en base a los costos en los que se incurre cuando se presta un servicio o se produce un bien, el precio que se establece en base a este método es un precio que tomará en cuenta todos los costos más un margen de ganancia. Por lo que, se puede concluir que en base a las pruebas estadísticas, los estudios previos de las variables relacionadas y las teorías que sustentan el margen razonable de beneficio (D4) y la política de precios (V2) se logra evidenciar que el 56% de las variables estudiadas tienen una correlación positiva moderada y un 44% que todavía no logra su desarrollo, en función del, costos de servicio, margen neto, margen bruto, factores internos, factores externos, la demanda y métodos de fijación de precios de la presente investigación, además que el margen razonable de beneficio (D4) de la empresa si se logra identificar por el personal en un 48%, quedando en inicio y desarrollo el 52%, sin embargo, la política de precios (V2) de la empresa se encuentra en un 16% de logro quedando en inicio y proceso el 84%.

La investigación presentó las siguientes limitaciones:

Al realizar las encuestas de manera virtual los datos obtenidos podrían no ser cien por ciento fiables, ya que los encuestados pudieron dar información incorrecta, lo que podría explicar que no se obtuviera un porcentaje de correlación alto entre las variables de estudio.

La falta de antecedentes internacionales en inglés que trataran las variables sometidas a estudio: costos de servicios y la política de precios.

Las implicancias prácticas de los resultados son las siguientes:

Según los resultados encontrados se extrae que el 48% de los empleados de la empresa reconocen los costos indirectos de la empresa al momento de prestar el servicio, pero el 52% no los reconocen o no les interesa conocerlos. También, se pudo observar que el 64% de los empleados de la empresa conocen que cuando los clientes adquieren el servicio de Courier se acercan a las oficinas para contratar el servicio, pero el 36% no considera necesario saber cómo los clientes adquieren el servicio. De los resultados logrados se aprecia que la mayor parte de los

empleados de la empresa perciben los costos de servicios de la empresa, es decir los identifican sin problemas, pero son pocos los que conocen como se fijan los precios en la empresa debido a que es la dueña quien los fija y nadie más sabe cómo hacerlo.

Las implicancias teóricas de los resultados son las siguientes:

Las teorías utilizadas en la investigación atienden a la Teoría del Valor de Adam Smith la cual dice que el precio de todo producto se fija entre la cantidad del producto y la demanda de los que quieren pagar lo que costó producirlo o el valor completo de los factores de producción como trabajo (salarios), capital (beneficios) y tierra (rentas) que se paga por ponerla en el mercado.

La presente investigación ha aportado al conocimiento de la ciencia contable reforzando los conocimientos de las teorías de los costos de servicios y de la política de precios, enfocada en resolver la realidad problemática de la empresa.

Mediante la revisión de diversas fuentes bibliográficas confiables, se escogió la mejor definición por cada variable de estudio, así como de cada dimensión e indicador.

Para analizar los costos de servicios se buscó un buen concepto para así extraer las dimensiones, estas fueron: gastos reales, costos directos, costos indirectos y margen razonable de beneficios, de igual manera se buscó un buen concepto por cada dimensión y del mejor concepto encontrado se pudo extraer los indicadores por cada dimensión, siendo los siguientes: insumos, mano de obra, materiales directos, mano de obra directa, embalajes, mano de obra indirecta, alquiler, depreciación, energía eléctrica o agua, costos de servicio, margen neto y margen bruto.

Para analizar la política de precios se buscó un buen concepto para así extraer las dimensiones, las cuales fueron: factores internos, factores externos, la demanda y métodos de fijación de precios, también se buscó un buen concepto por cada dimensión y del mejor concepto hallado se pudo extraer los indicadores por cada dimensión, siendo los siguientes: precio, recursos técnicos, recursos humanos, medidas gubernamentales, los cambios climáticos, mercado de servicios, competitividad, compradores o consumidores, necesidades o deseos, capacidad

de pago, lugar establecido, método basado en la demanda, método basado en la competencia y método basado en el costo.

Lo antes expuesto, permitió reforzar los conocimientos sobre los costos de servicios, así como los conocimientos de la política de precios. También permitió obtener el resultado de la investigación que es explicar la relación de los costos de servicios y la política de precios desde la percepción que los empleados tienen de las variables y dimensiones expuestas a estudio y que dio como resultado que si existe relación entre los costos de servicios y la política de precios.

Las implicancias metodológicas de los resultados son las siguientes:

La metodología aplicada a la investigación ayudó al desarrollo del trabajo, al ser no experimental se observaron las variables en su entorno natural, al ser transversal solo se realizó la medición de las variables en un determinado momento en el tiempo, al trabajar con dos variables nuestra investigación fue correlacional, fue descriptiva porque se buscaba obtener información y estudiarla, la investigación fue cualitativa, pero para poder analizar la información obtenida se trabajó de manera cuantitativa a través de una conversión de datos, dándole valores numéricos a las respuestas obtenidas del cuestionario. Como resultado de lo antes explicado en la investigación obtuvo un enfoque cuantitativo. Los resultados de la investigación se obtuvieron aplicando un cuestionario con afirmaciones sobre las variables costos de servicios y política de precios a los empleados de la empresa para saber cuánto conocen del tema, dichos resultados afirmaron la hipótesis general: Existe una relación significativa entre los Costos de Servicios y la Política de Precios en la Empresa ROJO EXPRESS LOGÍSTICA SAC, Lima-2020.

La investigación es relevante para la empresa, porque le permitirá saber que tanto conocen los empleados sobre la determinación de los costos en los que incurre al momento de prestar su servicio y que tanto identifican sobre cómo se maneja la política de precios, y así poder dar capacitaciones al personal. El presente trabajo abrirá las puertas a posteriores trabajos de investigación en la empresa que nos permitan conocer cómo se estructuran los costos en la empresa y si se está determinando el precio más adecuado, para lo cual se deberá aplicar entrevistas al

personal calificado y fichas de observación de los documentos, libros y registros de la empresa.

Esta investigación, servirá también de herramienta de consulta para todos los que tengan interés en el tema y que realicen trabajos de investigación sobre costos de servicios y política de precios.

CONCLUSIONES

Tras el desarrollo y análisis de los capítulos anteriores, se llegó a las siguientes conclusiones:

Primera: Se explica la relación de los costos de servicios y la política de precios en la empresa Rojo Express Logística SAC, Lima-2020; aplicando Rho de Spearman se obtuvo una correlación del 61% (0,611) indicando una correlación positiva moderada y significativa entre los costos de servicios y la política de precios, por otro lado, se evidenció según los resultados obtenidos que el 72% del personal de la empresa logra identificar los costos de servicios, así mismo, el 16% del personal logra identificar el manejo de la política de precios, por ello, se concluye que los costos de servicios y la política de precios tienen una correlación positiva moderada y una relación significativa, esto a través de la percepción que los trabajadores tienen de las variables, ya que, los trabajadores de la empresa logran identificar las dimensiones de los costos de servicios (V1) las cuales son: gastos reales, costos directos, costos indirectos y el margen razonable de beneficio y también identifican las dimensiones de la política de precios (V2) las cuales son: factores internos, factores externos, la demanda y métodos de fijación de precios en la empresa Rojo Express Logística SAC, Lima-2020.

Segunda: Se identificó la relación de los gastos reales y la política de precios en la empresa Rojo Express Logística SAC, Lima-2020, al aplicar Rho de Spearman se obtuvo una correlación del 41% (0,417) indicando una correlación positiva moderada y significativa entre los gastos reales y la política de precios, además, según los resultados conseguidos se mostró que el 8% de los empleados de la empresa logra identificar los gastos reales, también, se mostró que el 16% del personal de la empresa se encuentra en un nivel de logro con respecto a la política de precios, por ello, se concluye que se identificó que existe una correlación positiva moderada y una relación significativa entre los gastos reales y la política de precios, esto a través de la percepción que los trabajadores tienen de la dimensión 1 y la variable 2, ya que, los trabajadores de la empresa logran identificar los indicadores de los gastos reales (D1) los cuales son: insumos, mano de obra y también identifican las dimensiones de la política de precios (V2) las cuales son: factores

internos, factores externos, la demanda y métodos de fijación de precios en la empresa Rojo Express Logística SAC, Lima-2020.

Tercera: Se identificó la relación de los costos directos y la política de precios en la empresa Rojo Express Logística SAC, Lima-2020, al aplicar Rho de Spearman se obtuvo una correlación del 47% (0,475) indicando una correlación positiva moderada y significativa entre los costos directos y la política de precios, además, según los resultados conseguidos se mostró que el 52% de los empleados de la empresa logra identificar los costos directos, también, se mostró que el 16% del personal de la empresa se encuentra en un nivel de logro con respecto a la política de precios, por consiguiente, se concluye que se identificó que existe una correlación positiva moderada y una relación significativa entre los costos directos y la política de precios, esto a través de la percepción que los trabajadores tienen de la dimensión 2 y la variable 2, ya que, los trabajadores de la empresa logran identificar los indicadores de los costos directos (D2) los cuales son: materiales directos, mano de obra directa, embalajes y también identifican las dimensiones de la política de precios (V2) las cuales son: factores internos, factores externos, la demanda y métodos de fijación de precios en la empresa Rojo Express Logística SAC, Lima-2020.

Cuarta: Se describió la relación de los costos indirectos y la política de precios en la empresa Rojo Express Logística SAC, Lima-2020, al aplicar Rho de Spearman se obtuvo una correlación del 41% (0,413) indicando una correlación positiva moderada y significativa entre los costos indirectos y la política de precios, además, según los resultados conseguidos se mostró que el 80% de los empleados de la empresa logra identificar los costos indirectos, también, se mostró que el 16% del personal de la empresa se encuentra en un nivel de logro con respecto a la política de precios, por consiguiente, se concluye que se describió que existe una correlación positiva moderada y una relación significativa entre los costos indirectos y la política de precios, esto a través de la percepción que los trabajadores tienen de la dimensión 3 y la variable 2, ya que, los trabajadores de la empresa logran identificar los indicadores de los costos indirectos (D3) los cuales son: mano de obra indirecta, alquiler, energía eléctrica o agua, depreciación y también identifican las dimensiones de la política de precios (V2) las cuales son: factores internos,

factores externos, la demanda y métodos de fijación de precios en la empresa Rojo Express Logística SAC, Lima-2020.

Quinta: Se describió la relación del margen razonable de beneficio y la política de precios en la empresa Rojo Express Logística SAC, Lima-2020, al aplicar Rho de Spearman se obtuvo una correlación del 56% (0,562) indicando una correlación positiva moderada y significativa entre el margen razonable de beneficio y la política de precios, además, según los resultados conseguidos se mostró que el 48% de los empleados de la empresa logra identificar el margen razonable de beneficio, también, se mostró que el 16% del personal de la empresa se encuentra en un nivel de logro con respecto a la política de precios, por consiguiente, se concluye que se describió que existe una correlación positiva moderada y una relación significativa entre el margen razonable de beneficio y la política de precios, esto a través de la percepción que los trabajadores tienen de la dimensión 4 y la variable 2, ya que, los trabajadores de la empresa logran identificar los indicadores del margen razonable de beneficio (D4) los cuales son: costos de servicio, margen neto, margen bruto y también identifican las dimensiones de la política de precios (V2) las cuales son: factores internos, factores externos, la demanda y métodos de fijación de precios en la empresa Rojo Express Logística SAC, Lima-2020.

RECOMENDACIONES

1. De acuerdo con el objetivo general: Explicar la relación de los Costos de Servicios y la Política de Precios en la Empresa ROJO EXPRESS LOGÍSTICA SAC, Lima-2020, aplicando Rho de Spearman se obtuvo que el 39% no logró un desarrollo de los costos de servicios y la política de precios, además, se evidenció según los resultados obtenidos que el 28% del personal de la empresa se ubica en un nivel de inicio y proceso y aún no logra identificar las dimensiones de los costos de servicios, así mismo, el 84% del personal se ubica en un nivel de inicio y proceso y todavía no logra identificar las dimensiones de la política de precios, por esta razón, se recomienda brindar charlas informativas y capacitaciones al personal para que mejoren la percepción que tienen de los costos de servicios (V1) y de la política de precios (V2) en función de sus componentes: gastos reales, costos directos, costos indirectos, margen razonable de beneficio, factores internos, factores externos, la demanda y métodos de fijación de precios, para que así puedan comprender cómo se maneja la empresa en temas de costos del proceso productivo del servicio que brinda al igual que sepan cómo se fija el precio de venta y cuáles son los factores que se consideran.
2. Según el objetivo específico 1: Identificar la relación de los Gastos reales y la Política de Precios en la Empresa ROJO EXPRESS LOGÍSTICA SAC, Lima-2020. Aplicando Rho de Spearman se obtuvo que el 59% no logró un desarrollo de los gastos reales y la política de precios, además, se evidenció según los resultados obtenidos que el 92% del personal de la empresa se ubica en un nivel de inicio y proceso y aún no logra identificar los indicadores de los gastos reales (D1), así mismo, el 84% del personal se ubica en un nivel de inicio y proceso y todavía no logra identificar las dimensiones de la política de precios (V2), por esta razón, se recomienda instruir al personal brindándole capacitaciones para que mejoren su conocimiento de los gastos reales (D1) y de la política de precios (V2) en función de sus componentes: insumos, mano de obra, factores internos, factores externos, la demanda y métodos de fijación de precios, para que de esa manera el personal sepa

- cuales son los factores que consideran para la determinación del precio de venta así como los costos y gastos de los servicios que realiza la empresa.
3. Por otro lado, el objetivo específico 2: Identificar la relación de los Costos directos y la Política de Precios en la Empresa ROJO EXPRESS LOGÍSTICA SAC, Lima-2020, aplicando Rho de Spearman se obtuvo que el 53% no logró un desarrollo de los costos directos y la política de precios, además, se evidenció según los resultados obtenidos que el 48% del personal de la empresa se ubica en un nivel de inicio y proceso y aún no logra identificar los indicadores de los costos directos (D2), así mismo, el 84% del personal se ubica en un nivel de inicio y proceso y todavía no logra identificar las dimensiones de la política de precios (V2), por esta razón, se recomienda brindar capacitaciones para educar al personal, para que mejoren la percepción que tienen de los costos directos (D2) y de la política de precios (V2) en función de sus componentes: mano de obra directa, materiales directos, embalajes, factores internos, factores externos, la demanda y métodos de fijación de precio, para que así puedan comprender cuales con los costos directos que forman parte del servicio que la empresa brinda de igual manera para que tengan conocimiento de cuáles son los factores que influyen en la fijación del precio.
 4. Además, el objetivo específico 3: Describir la relación de los Costos indirectos y la Política de Precios en la Empresa ROJO EXPRESS LOGÍSTICA SAC, Lima-2020, aplicando Rho de Spearman se obtuvo que el 59% no logró un desarrollo de los costos indirectos y la política de precios, además, se evidencio según los resultados obtenidos que el 20% del personal de la empresa se ubica en un nivel de inicio y proceso y aún no logra identificar los indicadores de los costos indirectos (D3), así mismo, el 84% del personal se ubica en un nivel de inicio y proceso y todavía no logra identificar las dimensiones de la política de precios (V2), por esta razón, se recomienda brindar charlas informativas al personal para que mejoren la percepción que tienen de los costos indirectos (D3) y de la política de precios (V2) en función de sus componentes: mano de obra indirecta, alquiler, energía eléctrica o agua, depreciación, factores internos, factores externos, la demanda y métodos de fijación de precio para que así puedan comprender

cuales con los costos indirectos que forman parte del servicio que la empresa brinda de igual manera para que tengan conocimiento de cómo se establece el precio de venta al público y cuáles son los factores que se consideran.

5. Por último, el objetivo específico 4: Describir la relación del Margen razonable de beneficio y la Política de Precios en la Empresa ROJO EXPRESS LOGÍSTICA SAC, Lima-2020, aplicando Rho de Spearman se obtuvo que el 44% no logró un desarrollo del margen razonable de beneficio y la política de precios, además, se evidenció según los resultados obtenidos que el 52% del personal de la empresa se ubica en un nivel de inicio y proceso y aún no logra identificar los indicadores del margen razonable de beneficio (D4), así mismo, el 84% del personal se ubica en un nivel de inicio y proceso y todavía no logra identificar las dimensiones de la política de precios (V2), por esta razón, se recomienda brindar charlas informativas al personal para que mejoren la percepción que tienen del margen razonable de beneficio (D4) y de la política de precios (V2) en función de sus componentes: costos de servicio, margen bruto, margen neto, factores internos, factores externos, la demanda y métodos de fijación de precio, para que así puedan comprender como es que la empresa llega a obtener resultados positivos (rentabilidad) o resultados negativos (perdida).

REFERENCIAS

- Aponte García, W. A., Romero García, M. A., & Sánchez Ayala, N. C. (2018). *Evaluación financiera de costos para la compañía metropolitana de transportes S.A.* Repositorio Institucional Universidad Católica de Colombia: <https://hdl.handle.net/10983/22466>
- Avilés Angelino, M. E., & Quispe Incarroca, Z. (2018). *Costos de operación y fijación de precios de la empresa de transporte turístico Avalos Tours E.I.R.L. periodo 2017.* Repositorio Digital Universidad Andina del Cusco: <https://hdl.handle.net/20.500.12557/2436>
- Azcona, M., Manzini, F., & Dorati, J. (s.f.). *Precisiones metodológicas sobre la unidad de análisis y la unidad de observación. aplicación a la investigación en psicología.* Recuperado de sedici unlp: http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/45512/Documento_completo.pdf?sequence=1
- Bernal Torres, C. A. (2010). *Metodología de la investigación* (3ª ed.). Orlando Fernández Palma.
- Calle Guzmán, W. D., Mendoza Vicente, G. P., & Torres Pariona, W. (2018). *Propuesta de clasificación y asignación de costos indirectos de producción y su influencia en la determinación de precios de la imprenta Grafica S.A.C., periodo 2017.* Repositorio Institucional de la UTP: <https://hdl.handle.net/20.500.12867/1379>

- Casas Anguita, J., Repullo Labrador, J. R., & Donado Campos, J. (2003). La encuesta como técnica de investigación. Elaboración de cuestionarios y tratamiento estadístico de los datos (I). *Investigación (Aten Primaria)*, 527-538. Recuperado de <https://core.ac.uk/download/pdf/82245762.pdf>
- Chambergó Guillermo, I. (2012a). *Sistemas de costos, diseño e implementación en las empresas de servicios, comerciales e industriales* (1ª ed.). Lima: Instituto Pacífico.
- Chambergó Guillermo, I. (2012b). Contabilidad de costos en empresas de servicios (parte 1). *Actualidad Empresarial* (Primera quincena), IV1-IV5. Recuperado de <https://www.yumpu.com/es/document/read/30424405/iv-revista-actualidad-empresarial>
- Chávez Acosta, B. Y. (2018). “*Sistema de costos por órdenes específicas y fijación de precios en empresas de fabricación de rodillos de caucho, distrito de los Olivos, 2017*”. Repositorio de la Universidad César Vallejo: <https://hdl.handle.net/20.500.12692/23531>
- Colmenares, L., Valderrama, Y., Jaimes, R., & Colmenares, K. (2015). *Control de materiales como herramienta de gestión de costos en empresas manufactureras*. Recuperado de SAPIENZA ORGANIZACIONAL: https://www.redalyc.org/journal/5530/553057362004/html/#redalyc_553057362004_ref8
- Cómo impactan las empresas en el Cambio Climático*. (2018). Recuperado de Move: <https://www.move.org/como-impactan-las-empresas-en-el-cambio-climatico/>

Costos de alquiler. (2021). Recuperado de Traders Studio:
<https://traders.studio/costos-de-alquiler/>

Duarte Cueva, F. (2014). Efectos del cambio climático en la economía, el comercio internacional y la estrategia empresarial. *Contabilidad Y Negocios*, 9(18), 75-98. Recuperado de <https://revistas.pucp.edu.pe/index.php/contabilidadyNegocios/article/view/11613/12148>

Editorial Grudemi. (2018). *Demanda de mercado*. Recuperado de Enciclopedia Económica: <https://enciclopediaeconomica.com/demanda-de-mercado/>

Fajardo, M., & Soto, C. (2018). *Gestión Financiera Empresarial* (1ª ed.). UTMACH.

Fernández Collado, C., Baptista Lucio, P., & Hernández Sampieri, R. (2006). *Metodología de la investigación*. MacGraw-Hill/Interamericana.

Flores Casco, H. P. (2016). *Incidencia de la fijación de precios en los niveles de competitividad de las MIPYMES productoras de Tabaco, municipio de Estelí, ciclo productivo 2015*. Repositorio Institucional UNAN-Managua: <http://repositorio.unan.edu.ni/id/eprint/2886>

Fonseca Sepúlveda, C. M. (2012). *Factores que afectan la toma de decisión de los precios a nivel internacional*. Repositorio Institucional de la UCM: <https://eprints.ucm.es/id/eprint/16667/1/T33737.pdf>

García Chiriguaya, E. M., & Triviño Mendoza, B. M. (2020). *Determinación de los costos y su incidencia en el margen bruto de la empresa de mariscos*

<http://repositorio.ulvr.edu.ec/handle/44000/3592>

García-Cornejo, B., & Pérez-Méndez, J. A. (2020). Influencia de los sistemas de costes en la eficiencia. Un análisis de los hospitales españoles utilizando bases de datos públicas nacionales: Influence of cost systems on efficiency. An analysis of Spanish hospitals using public national databases. *Revista de Contabilidad - Spanish Accounting Review*, 23(2), 249-262.

Gideon, B. (2020). *A framework for price tariffs in the costing structures of South African private hospitals [un marco para las tarifas de precios en las estructuras de los hospitales privados sudafricanos]*. SEALS: <http://hdl.handle.net/10948/47489>

Gracia Pacheco, M. I. (2020). *Costos por servicio y fijación de precios en la compañía Transcomuna Penínsular S.A., cantón la Libertad, provincia de Santa Elena, AÑO 2018*. Repositorio UPSE: <https://repositorio.upse.edu.ec/xmlui/bitstream/handle/46000/5280/UPSE-TCA-2020-0013.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Gutiérrez Sánchez, G. G., & Jaimes Javier, J. A. (2019). *Costo estimado en la determinación del precio de ventiladores en la empresa Airtec S. A.* Repositorio Institucional de la UTP: <https://hdl.handle.net/20.500.12867/2683>

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la investigación*. (P. Baptista Lucio, Ed.) McGraw-Hill Education.

Hurtado Prieto, J. (2003). La Teoría del valor de Adam Smith: La cuestión de los precios naturales y sus interpretaciones. *Cuadernos de Economía*, 22(38), 15-45. Recuperado de: http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0121-47722005000100001

Ibáñez, A. (s.f.). *Empaque, Embalaje y Envase: ¿Qué son y cuál es la diferencia?* Recuperado de Mienvío Blog: <https://blog.mienvio.mx/articulo/empaque-embalaje-y-envase-que-son-y-cual-es-la-diferencia>

Identifica los factores que afectan a la productividad en tu empresa. (s.f.). Recuperado de Up SPAIN: <https://www.up-spain.com/blog/identifica-factores-afectan-a-la-productividad-empresa/>

Jiménez Reyes, J. H. (2019). *Costos Producción y la Fijación de Precios de la Empresa Calzados JAVICC, en el Distrito de El Porvenir-Trujillo, 2018.* Repositorio de la Universidad César Vallejo: <https://hdl.handle.net/20.500.12692/45659>

Kerliger. (s.f.). *Investigación no experimental según autores.* Recuperado de tesisplus: <https://tesisplus.com/investigacion-no-experimental/investigacion-no-experimental-segun-autores/>

Llerena Vásquez, F. (2019). *Investigación Aplicada.* Recuperado de sites: <https://sites.google.com/site/fiorellavinvestigacionaplicada/investigacion-aplicada/-que-es>

- Llico Colorado, C. D. (2019). *Costeo de la producción de muebles de madera y la fijación de precios. Caso empresa Modulares Cajamarca Srl, distrito de Cajamarca* 2019. Repositorio upagu: <http://repositorio.upagu.edu.pe/handle/UPAGU/1154>
- López Alcántara, M. B., & Gómez Agundi, X. (2018). *Gestión de costos y precios*. Grupo Editorial Patria.
- López Quiroz, M. J. (2017). *La fijación de precios y la situación económica y financiera del Hotel Bolívar Tayabamba-Pataz. La Libertad-2017*. Repositorio de la Universidad César Vallejo: <https://hdl.handle.net/20.500.12692/11514>
- López, P. L. (2004). *Población muestra y muestreo*. Recuperado de scielo: http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-02762004000100012
- Mejía, T. (2020). *Investigación descriptiva: características, técnicas, ejemplos*. Recuperado de Lifeder: <https://www.lifeder.com/investigacion-descriptiva/>
- Melero Martínez, E. (2019). *Análisis estratégico de los costes empresariales*. Dipòsit Digital de la Universitat de Barcelona: <http://hdl.handle.net/2445/169444>
- Montalvo Chávez, D. R. (2021). *La rentabilidad para la fijación de precios en fabricación de cocinas industriales de la empresa Citegas EIRL Arequipa, 2020*. Repositorio de la Universidad César Vallejo: <https://hdl.handle.net/20.500.12692/62842>
- Oporta Castillo, E. L., & Escobar Mendoza, J. M. (2015). *Evaluación del rendimiento y análisis de la fijación de precios en la empresa comercial de zapatos Yokito*

en el periodo comprendido del 1 de octubre al 31 de octubre del dos mil catorce. Repositorio Institucional UNAN-Managua:
<http://repositorio.unan.edu.ni/id/eprint/8323>

Ortega, C. (s.f.). *Muestreo no probabilístico: definición, tipos y ejemplos.* Recuperado QuestionPro: <https://www.questionpro.com/blog/es/muestreo-no-probabilistico/>

Peña Rivera, R. J., & Condori Luque, F. A. (2019). *Los costos en la elaboración de etiquetas y su influencia en la determinación del precio de venta en la empresa Etigrafic SAC durante el ejercicio 2018.* Repositorio Institucional de la UTP: <https://hdl.handle.net/20.500.12867/4264>

Pereira Salazar, V. P., & Sánchez Figari, N. A. (2018). *Caracterización de oferta y demanda de los servicios para canes en consultorios y clínicas veterinarias del distrito de Santiago de Surco en el 2018.* Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC): <http://hdl.handle.net/10757/624460>

Polo Moya, D. (s.f.). *Costos directos e indirectos en una empresa de servicios.* Recuperado de Gestionar Fácil: <https://www.gestionar-facil.com/costos-directos-e-indirectos-en-una-empresa-de-servicios/>

Pozo Tomalá, P. E. (2019). *Valoración de costos de producción y la determinación del precio de venta en la empresa Viacua S.A. Cantón Santa Elena, provincia de Santa Elena, año 2018.* Repositorio Universidad Estatal Península de Santa Elena: <https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/5008>

Pumatanca Pachao, N. Y., & Yamamoto Gallegos, E. R. (2020). *Análisis y determinación de precios de los exámenes de laboratorio clínico para una adecuada toma de decisiones caso: Hospital Militar de la Tercera División de Ejército Mariano Melgar año 2018*. Repositorio Institucional de la UNSA: <http://hdl.handle.net/20.500.12773/12515>

Quiroa, M. (s.f.). *Mano de obra*. Recuperado de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/mano-de-obra.html>

Ramírez, T. (1997). *Cómo hacer un proyecto de investigación*. Caracas. Tulio Ramírez.

Recursos Humanos. (s.f.). Recuperado de ConceptoDefinicion: <https://conceptodefinicion.de/recursos-humanos/>

Samuel. (2021). *Qué es el margen de beneficio y cómo mejorarlo*. Recuperado de mygestión: <https://www.mygestion.com/blog/que-es-el-margen-de-beneficio>

Silva, D. (2020). *¿Cómo calcular el precio de tu producto? Descubre la fórmula costo/precio de venta*. Recuperado de Zendesk: <https://www.zendesk.com.mx/blog/costo-de-venta-formula/>

Sy Corvo, H. (2021). *Recursos técnicos*. Recuperado de Lifeder: <https://www.lifeder.com/recursos-tecnicos/>.

Tejada Silva, J. Y. (2019). *Análisis del costo de servicio y su efecto en la utilidad operativa de la empresa Danubio Hotel, Jaén*. Repositorio de la Universidad César Vallejo: <https://hdl.handle.net/20.500.12692/35383>

- Thompson, I. (2006a). *Definición de Demanda*. Recuperado de Portal de Mercadotecnia: <https://www.promonegocios.net/demanda/definicion-demanda.html>
- Thompson, I. (2020). *Definición de Mercado*. Recuperado de Portal de Mercadotecnia: <https://www.promonegocios.net/mercadotecnia/mercado-definicion-concepto.html>
- Thompson, I. (2006b). *Definición de Precio*. Recuperado de Portal de Mercadotecnia: <https://www.promonegocios.net/mercadotecnia/precio-definicion-concepto.html>
- Valencia Perea, E. A. (2018). *“identificación de los costos por órdenes de producción para mejora de los procesos productivos en la microempresa de serigrafía artesanal Publidimas”*. Repositorio Institucional de la Universidad de Guayaquil: <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/28197>
- Vargas Ñahue, R. S. (2018). *Costos de servicios y rentabilidad financiera en la empresa de transporte público urbano “Imperial S.A.”, ciudad del Cusco, periodo - 2017*. Repositorio Digital Universidad Andina del Cusco: <https://hdl.handle.net/20.500.12557/3138>
- Zans Arimana, W. (2014). *Costos de servicios*. Lima. Perú: Editorial San Marcos.
- Zhiying, Z. (2018). *Optimization of Freight Truck Driver Scheduling Based on Operation Cost Model for Less-than-Truckload (LTL) Transportation [Optimización de la programación del conductor del camión de carga basada en la operación Modelo de costo para el transporte de car]*. library uvic:

[http://dspace.library.uvic.ca/bitstream/handle/1828/10121/Zhang_Zhiying_MA
Sc_2018.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://dspace.library.uvic.ca/bitstream/handle/1828/10121/Zhang_Zhiying_MA_Sc_2018.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

ANEXOS

ANEXO 1: Matriz de operacionalización

Variables	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
Costos de Servicios	"William (2014) menciona que por costo de servicio se entiende los gastos reales, directos e indirectos, incluyendo un margen razonable de beneficio." (Vargas, 2018, p.46)	Se aplicará como técnica la encuesta, a través del uso de instrumentos como el cuestionario y el conjunto de afirmaciones que permitió la obtención de información importante sobre una población a partir de una muestra seleccionada. Se operacionaliza en 4 dimensiones: gastos reales, costos directos, costos indirectos y margen razonable de beneficio.	D1: Gastos reales	Insumos	1. Nunca 2. Casi nunca 3. A veces 4. Casi siempre 5. Siempre
				Mano de obra	
			D2: Costos Directos	Materiales directos	
				Mano de obra directa	
				Embalajes	
			D3: Costos Indirectos	Mano de obra indirecta	
				Alquiler	
				Energía eléctrica o agua	
				Depreciación	
			D4: Margen razonable de beneficio	Costos de servicio	
				Margen neto	
				Margen bruto	
			Política de Precios	Para determinar el precio que tendrá un producto o servicio se deben considerar diversos factores, estos pueden ser internos y/o externos. El precio también se ve influenciado por la demanda y la oferta existente en el mercado. Para fijar el precio existen métodos de fijación de precios incluyendo entre ellos los que lo hacen en función del costo. (Calle, Mendoza & Torres, 2018)	
Recursos Técnicos					
Recursos Humanos					
D6: Factores Externos	Medidas Gubernamentales				
	Los Cambios Climáticos				
	Mercado de Servicios				
	Competitividad				
D7: La Demanda	Compradores o consumidores				
	Necesidades o deseos				
	Capacidad de pago				
D8: Métodos de Fijación de Precios	Lugar establecido				
	Método basado en la Demanda				
	Método basado en la Competencia				
	Método basado en el Costo				

ANEXO 2: Matriz de Consistencia

Problema	Objetivo	Hipótesis	Variables e indicadores			Escala de medición
Problema general	Objetivo general	Hipótesis general	Variable 1: Costo de Servicios			
			Dimensiones	Indicadores	Criterio, enunciado, ítems	
¿Cómo se relacionan los Costos de Servicios y la Política de Precios en la Empresa ROJO EXPRESS LOGÍSTICA SAC, Lima-2020?	Analizar la relación de los Costos de Servicios y la Política de Precios en la Empresa ROJO EXPRESS LOGÍSTICA SAC, Lima-2020.	Existe una relación significativa entre los Costos de Servicios y la Política de Precios en la Empresa ROJO EXPRESS LOGÍSTICA SAC, Lima-2020.	D1: Gastos reales	Insumos	Materiales como el combustible permiten la operatividad de los vehículos	1. Nunca 2. Casi nunca 3. A veces 4. Casi siempre 5. Siempre
				Mano de obra	La empresa paga a los choferes y sus ayudantes las remuneraciones que les corresponde.	
			D2: Costos Directos	Materiales directos	La compra de combustible permite determinar el costo del servicio.	
				Mano de obra directa	La empresa considera el pago a los choferes como parte del costo del servicio que presta.	
				Embalajes	La empresa considera el embalaje como parte del costo del servicio que presta.	
			D3: Costos Indirectos	Mano de obra Indirecta	La empresa considera que el pago de remuneraciones a los ayudantes forma parte del costo del servicio que presta.	
				Alquiler	La empresa considera el pago del alquiler de oficina como parte del costo del servicio que presta.	
					La empresa considera el pago por el alquiler de la cochera como parte del costo del servicio que presta.	
				Energía eléctrica o agua	La empresa considera el gasto por la energía eléctrica como parte del costo del servicio que presta.	
					La empresa considera el gasto por el uso del agua potable como parte del costo del servicio que presta.	
			Depreciación	La empresa considera el desgaste del vehículo como parte del costo del servicio que presta.		
			D4: Margen razonable de beneficio	Costos de servicio	La empresa reconoce como costo directo el combustible, mano de obra y los embalajes necesarios al momento de prestar el servicio.	
					La empresa reconoce como costo indirecto el pago de los ayudantes, de alquiler, de agua y luz y depreciación de vehículos al momento de prestar el servicio.	
				Margen neto	La empresa conoce cuánto de utilidad neta obtiene de la venta de sus servicios después de pagar todos sus gastos.	
Margen bruto	La empresa conoce cuánto de utilidad bruta tiene después de descontar los costos de servicios a sus ventas.					

Problemas secundarios	Objetivos específicos	Hipótesis específicas	Variable 2: Política de Precios		
¿Cómo se relacionan los Gastos reales y la Política de Precios en la Empresa ROJO EXPRESS LOGÍSTICA SAC, Lima-2020?	Identificar la relación de los Gastos reales y la Política de Precios en la Empresa ROJO EXPRESS LOGÍSTICA SAC, Lima-2020.	Existe una relación significativa entre los Gastos reales y la Política de Precios en la Empresa ROJO EXPRESS LOGÍSTICA SAC, Lima-2020.	D5: Factores Internos	Precio	El precio que el cliente paga cubre los costos totales en los que incurre la empresa al momento de prestar el servicio.
				Recursos Técnicos	La empresa cuenta con los recursos necesarios para la prestación del servicio de transporte.
				Recursos Humanos	Los trabajadores de la empresa se encuentran motivados al realizar sus funciones.
			D6: Factores Externos	Medidas Gubernamentales	La empresa cumple con las medidas dictadas por el gobierno al momento de realizar el servicio.
				Los Cambios Climáticos	Los cambios climáticos generan demoras en la realización del servicio.
				Mercado de Servicios	Al prestar el servicio de transporte de carga cubrimos las necesidades del mercado.
Competitividad	La empresa conoce los diferentes tipos de servicios de transporte que ofrece la competencia.				
D7: La Demanda	Compradores o consumidores	Conocemos las exigencias de nuestros clientes, para así brindar un mejor servicio.			
	Necesidades o deseos	Si conocemos las necesidades de nuestros clientes se puede obtener ventaja frente a la competencia.			
	Capacidad de pago	El servicio que brindamos está acorde a la capacidad de pago de nuestros clientes.			
¿Cómo se relacionan los Costos indirectos y la Política de Precios en la Empresa ROJO EXPRESS LOGÍSTICA SAC, Lima-2020?	Describir la relación de los Costos indirectos y la Política de Precios en la Empresa ROJO EXPRESS LOGÍSTICA SAC, Lima-2020.	Existe una relación significativa entre los Costos indirectos y la Política de Precios en la Empresa ROJO EXPRESS LOGÍSTICA SAC, Lima-2020.	Lugar establecido	Cuando los clientes adquieren el servicio de Courier se acercan a las oficinas.	
				Cuando el cliente adquiere el servicio de transporte de carga este lo realiza a través de medios electrónicos.	
¿Cómo se relaciona el Margen razonable de beneficio y la Política de Precios en la Empresa ROJO EXPRESS LOGÍSTICA SAC, Lima-2020?	Describir la relación del Margen razonable de beneficio y la Política de Precios en la Empresa ROJO EXPRESS LOGÍSTICA SAC, Lima-2020.	Existe una relación significativa entre el Margen razonable de beneficio y la Política de Precios en la Empresa ROJO EXPRESS LOGÍSTICA SAC, Lima-2020.	D8: Métodos de Fijación de Precios	Método basado en la Demanda	Los precios del servicio se adaptan a la demanda del mercado.
				Método basado en la Competencia	Fijamos los precios de los servicios en base al precio que establece la competencia.
				Método basado en el Costo	Los precios se fijan de acuerdo a los costos incurridos por la empresa para la prestación del servicio.

ANEXO 3: Carta de autorización de la empresa



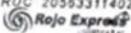
CONSTANCIA DE AUTORIZACION

Quien suscribe, **ROXANA YANETH PAREDES MAMANI**, Gerente general de la Empresa **ROJO EXPRESS LOGISTICA S.A.C.**, identificado con RUC N° **20563311402** dejo constancia:

Que las Srtas. **SUSAN ASUNCION CHOQUE MANGO** identificada con D.N.I. N° 73225815, y **KODELY HASAI GARCIA RONDON**, identificada con D.N.I. N° 46758785, ambas bachilleres de la Escuela Profesional de Contabilidad, de la **UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO**, están autorizadas para que realicen su trabajo de investigación titulado "**Costos de Servicios y su relación con la Política De Precios en la Empresa Rojo Express Logística S.A.C., Lima, 2020**" el permiso es exclusivamente con fines académicos, respetando la confidencialidad de la información sensible de la empresa.

Lima, 01 de diciembre del 2021.

Atentamente,


Roxana Y. Paredes M.
GERENTE GENERAL
RUC 20563311402


ANEXO 4: Instrumento de medición



INSTRUMENTO DE MEDICIÓN

CUESTIONARIO DE ENCUESTA REFERIDO A: "COSTOS DE SERVICIOS Y SU RELACIÓN CON LA POLÍTICA DE PRECIOS EN LA EMPRESA ROJO EXPRESS LOGÍSTICA S.A.C., LIMA, 2020".

Estimado(a) trabajador(a) reciba mis saludos cordiales, el presente cuestionario es parte de una investigación que tiene por finalidad obtener información para elaborar una tesis acerca de: "COSTOS DE SERVICIOS Y SU RELACIÓN CON LA POLÍTICA DE PRECIOS EN LA EMPRESA ROJO EXPRESS LOGÍSTICA S.A.C., LIMA, 2020".

Solicito su colaboración para que responda con sinceridad el presente instrumento que es confidencial y de carácter anónimo.

Las opiniones de todos los encuestados serán el sustento de la tesis para optar el grado de Contador Público; nunca se comunicarán los datos individuales a terceros.

Con las afirmaciones que a continuación se exponen, algunos encuestados estarán de acuerdo y otros en desacuerdo. Por favor, exprese con sinceridad marcando con "X" en una sola casilla de las siguientes alternativas:

5. Muy de acuerdo.
4. De acuerdo.
3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo.
2. En desacuerdo.
1. Muy en desacuerdo.

VARIABLE 1: COSTO DE SERVICIOS

N°	ITEMS	5	4	3	2	1
	Dimensión 1. Gastos Reales					
1	Materiales como el combustible permiten la operatividad de los vehículos					
2	La empresa paga a los choferes y sus ayudantes las remuneraciones que les corresponde.					

	Dimensión 2. Costos directos					
3	La compra de combustible, permite determinar el costo del servicio.					
4	La empresa considera el pago a los choferes como parte del costo del servicio que presta.					
5	La empresa considera el embalaje como parte del costo del servicio que presta.					
	Dimensión 3. Costos indirectos					
6	La empresa considera que el pago de remuneraciones a los ayudantes forma parte del costo del servicio que presta.					
7	La empresa considera el pago del alquiler de oficina como parte del costo del servicio que presta.					
8	La empresa considera el pago por el alquiler de la cochera como parte del costo del servicio que presta.					
9	La empresa considera el gasto por la energía eléctrica como parte del costo del servicio que presta.					
10	La empresa considera el gasto por el uso del agua potable como parte del costo del servicio que presta.					
11	La empresa considera el desgaste del vehículo como parte del costo del servicio que presta.					
	Dimensión 4. Margen razonable de beneficio					
12	La empresa reconoce como costo directo el combustible, mano de obra y los embalajes necesarios al momento de prestar el servicio.					
13	La empresa reconoce como costo indirecto el pago de los ayudantes, de alquiler, de agua y luz y depreciación de vehículos al momento de prestar el servicio.					
14	La empresa conoce cuánto de utilidad neta obtiene de la venta de sus servicios después de pagar todos sus gastos.					
15	La empresa conoce cuánto de utilidad bruta tiene después de descontar los costos de servicios a sus ventas.					



N°	PREGUNTAS	5	4	3	2	1
	Dimensión 1. Factores Internos					
16	El precio que el cliente paga cubre los costos totales en los que incurre la empresa al momento de prestar el servicio.					
17	La empresa cuenta con los recursos necesarios para la prestación del servicio de transporte.					
18	Los trabajadores de la empresa se encuentran motivados al realizar sus funciones.					
	Dimensión 2. Factores Externos					
19	La empresa cumple con las medidas dictadas por el gobierno al momento de realizar el servicio.					
20	Los cambios climáticos generan demoras en la realización del servicio.					
21	Al prestar el servicio de transporte de carga cubrimos las necesidades del mercado.					
22	La empresa conoce los diferentes tipos de servicios de transporte que ofrece la competencia.					
	Dimensión 3. La Demanda					
23	Conocemos las exigencias de nuestros clientes, para así brindar un mejor servicio.					
24	Si conocemos las necesidades de nuestros clientes se puede obtener ventaja frente a la competencia.					
25	El servicio que brindamos está acorde a la capacidad de pago de nuestros clientes.					
26	Cuando los clientes adquieren el servicio de courier se acercan a las oficinas.					
27	Cuando el cliente adquiere el servicio de transporte de carga este lo realiza a través de medios electrónicos.					
	Dimensión 4. Métodos de fijación de precios					

 28	Los precios de los servicios se adaptan a la demanda del mercado.					
29	Fijamos los precios de los servicios en base al precio que establece la competencia.					
30	Los precios se fijan de acuerdo a los costos incurridos por la empresa para la prestación del servicio.					

¡Gracias por su colaboración!

ANEXO 5: Validación de Expertos



CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor: Dr. Roberth, Frias Guevara

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTO.

Por medio del presente nos dirigimos a usted para expresarle nuestros saludos y así mismo hacer de su conocimiento que, siendo estudiantes del **Taller de tesis de universidades no licenciadas**, requerimos validar los instrumentos con los cuales debemos recoger la información necesaria para poder desarrollar el Trabajo de Investigación y posteriormente optar el Título Profesional de Contadora Pública.

El título o nombre del Informe del Trabajo de investigación es: "**Costos de Servicios y su relación con la Política de Precios en la Empresa Rojo Express Logística S.A.C., Lima, 2020**" y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos, recurro y apelo a su connotada experiencia a efecto que se sirva aprobar el instrumento aludido.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene:

- Carta de presentación.
- Definiciones conceptuales de las variables, dimensiones e indicadores.
- Matriz de Operacionalización.
- Matriz de consistencia.
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.
- Cuestionario de encuesta.

Expresándole mi sentimiento de respeto y consideración me despido de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente

Choque Mango, Susana Asunción
DNI: 73225815

García Rondón, Kodely Hasaí
DNI: 46758785



CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: Dr. Roberth, Frias Guevara
- I.2. Especialidad del Validador: CPC- DR. En Administración
- I.3. Cargo e Institución donde labora: UCV. DTP
- I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Encuesta
- I.5. Autores del instrumento: Choque Mango, Susan Asunción, Garcia Rondon, Kodely Hasai

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy bueno 61-80%	Excelent e 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado					X
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica					X
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación					X
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables					X
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.					X
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.					X
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación					X
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.					X
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento					X
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.					X
PROMEDIO DE VALORACIÓN						<u>90</u>

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

90%

Lima, 27/11/2021

Firma de experto informante

DNI: 08312356

Teléfono: 939376605



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. **DATOS GENERALES:**

- I.1. Apellidos y nombres del informante: Mgtr. María Elena, Medina Guevara
I.2. Especialidad del Validador: Maestro en Administración de Negocios
I.3. Cargo e Institución donde labora: Universidad Cesar Vallejo
I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Encuesta
I.5. Autores del instrumento: Choque Mango, Susan Asunción, Garcia Rondon, Kodely Hasai

II. **ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:**

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Buena 41-60%	Muy buena 61-80%	Excelent e 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado					90%
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica					90%
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación					90%
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables					90%
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.					90%
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.					90%
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación					90%
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.					90%
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento					90%
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.					90%
PROMEDIO DE VALORACIÓN						90%

III. **OPINIÓN DE APLICACIÓN:**

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

IV. **PROMEDIO DE VALORACIÓN:**

90%

Lima, 18/02/2022


Firma de experto informante
DNI: 09566617

Teléfono: 9 6 3 8 4 8 0 4 6



INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. **DATOS GENERALES:**

- 1.1. Apellidos y nombres del informante: Mgtr. Marcelo Dante, Gonzales Matos
 1.2. Especialidad del Validador: Maestro en Contabilidad
 1.3. Cargo e Institución donde labora: Universidad Cesar Vallejo
 1.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Encuesta
 1.5. Autores del instrumento: Choque Mango, Susan Asunción, Garcia Rondon, Kodely Hasai

II. **ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:**

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy bueno 61-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado				80%	
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica				80%	
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación				80%	
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables				80%	
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.				80%	
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.				80%	
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación				80%	
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.				80%	
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento				80%	
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.				80%	
PROMEDIO DE VALORACIÓN					80%	

III. **OPINIÓN DE APLICACIÓN:**

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

IV. **PROMEDIO DE VALORACIÓN:**

Lima, 18/02/2022

80%

Firma de experto informante

DNI: 08711428

Teléfono: 997929078

ANEXO 6: Matriz de la muestra

MATRIZ DE DATOS																															
Variable	COSTOS DE SERVICIOS															POLÍTICA DE PRECIOS															
Nº / Item	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	
Número	Gastos reales		Costos directos			Costos indirectos					Margen razonable de beneficio			Factores Internos			Factores Externos			La Demanda					Métodos de fijación de precios						
1	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	4	
2	5	4	3	4	4	5	3	3	4	4	4	5	4	2	3	3	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	
3	4	4	4	2	2	2	4	4	4	2	2	2	4	4	4	4	2	1	2	5	4	4	5	5	5	1	4	4	5	5	
4	4	3	3	2	3	2	3	4	3	3	2	3	1	5	4	4	3	4	4	2	4	3	2	3	4	4	4	3	4	4	
5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4
6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
7	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	4	4	3	4	4	5	4	4	5	5	4	3	3	4	4	4	
8	4	3	5	2	3	5	4	2	4	4	4	4	2	3	3	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	
9	4	4	3	4	2	4	2	2	2	2	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	2	3	5	4	3	4	4	3	4	
10	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	5	5	4	4	5	2	4	
11	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	3	4	4	3	4	
12	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
13	4	4	4	5	4	4	3	3	3	3	2	4	3	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	
14	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
15	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
17	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	5	
18	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	5	4	3	3	3	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	3	5	
19	4	4	5	4	3	4	4	4	4	3	5	4	3	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	3	5	
20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	
21	4	4	4	4	5	4	3	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
22	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
23	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	3	5	
24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4
25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4

ANEXO 7: Fotos de la empresa

- ✓ Costo indirecto: depreciación



✓ Costo directo: combustible



✓ Costo directo: mano de obra



ANEXO 9: PRINT TURNITIN

Feedback Studio - Google Chrome
https://ev.turnitin.com/app/carta/es/?u=1128044086&s=1&lang=es&o=1799245704&student_user=1

feedback studio KODELY HASAI GARCIA RONDON | G3-TESIS BIBLIOTECA- CHOQUE Y GARCIA 01042022.docx

UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

Título de la Tesis
Costos de Servicios y su relación con la Política de Precios en la Empresa ROJO EXPRESS LOGÍSTICA SAC, Lima-2020

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE CONTADORA PÚBLICA

AUTORAS:
Dr. Choque Mango, Susan Asunción (ID: 0000-0001-9141-2565)
Dr. García Rondon, Kately Hasai (ID: 0000-0001-8743-6435)

ASESOR:
Dr. Frías Guevara, Roberto (ID: 0000-0003-3670-3384)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN
FINANZAS

LIMA ESTE - PERÚ
2022

Resumen de coincidencias

17 %

Se están viendo fuentes estándar

[Ver fuentes en inglés \(Beta\)](#)

Coincidencias

1	repositorio.ucv.edu.pe	11 %	>
	Fuente de Internet		
2	hdl.handle.net	1 %	>
	Fuente de Internet		
3	www.clubensayos.com	1 %	>
	Fuente de Internet		
4	Entregado a Universida...	1 %	>
	Trabajo del estudiante		
5	Entregado a Universida...	<1 %	>
	Trabajo del estudiante		
6	Entregado a Pontificia ...	<1 %	>

Página: 1 de 61 | Número de palabras: 17416 | Versión solo texto del informe | Alta resolución | Activado

08:09 2/04/2022