

UNIVERSIDAD NACIONAL DE TUMBES

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD



Influencia de los costos basados en actividades para mejorar la rentabilidad hotelera de la Provincia de Tumbes – 2021

INFORME FINAL DE TESIS

Para optar el título profesional de Contador Público

ÁREA

Ciencias Sociales

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Políticas y gestión pública y privada

AUTOR

Br. Arrunategui Feijoo, Cristhiam Ronaldo

TUMBES - PERÚ

2021

UNIVERSIDAD NACIONAL DE TUMBES

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD



Influencia de los costos basados en actividades para mejorar la rentabilidad hotelera de la Provincia de Tumbes – 2021

Tesis aprobada en forma y estilo por:

Dr. Dante Enrique Rodríguez Ruiz (Presidente)

Dr. Juan Manuel Bances Rodríguez (Secretario)

Mg. Luis Alberto Ramirez Marquina (Vocal)

TUMBES - PERÚ

2021

UNIVERSIDAD NACIONAL DE TUMBES

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD



Influencia de los costos basados en actividades para mejorar la rentabilidad hotelera de la Provincia de Tumbes – 2021

Los suscritos declaramos que el proyecto de tesis es original en su contenido.

Br. Arrunategui Feijoo, Cristhiam Ronaldo (Autor)

**Dr. Vértiz Querevalú, Pedro José (Asesor)
Código Orcid: 0000-0002-1361-1519**

TUMBES - PERÚ

2021



UNIVERSIDAD NACIONAL DE TUMBES

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO DE CONTADOR PÚBLICO EN CONTABILIDAD AL BACHILLER EN CONTABILIDAD: CRISTHIAM RONALDO ARRUNATEGUI FEIJOO.

Habiendo verificado y comprobado que el sustentante cuenta con su grado académico de Bachiller en Contabilidad; se inició la defensa del Proyecto de Tesis a las quince horas del lunes veintiocho de febrero de dos mil veintidós se reunieron de manera virtual a través de aplicativo Zoom, los miembros del jurado calificador Dr. DANTE ENRIQUE RODRÍGUEZ RUIZ (**Presidente**); Dr. JUAN MANUEL BANCES RODRÍGUEZ (**Secretario**); M. Sc. LUIS ALBERTO RAMÍREZ MARQUINA (**Vocal**) y Dr. PEDRO JOSÉ VÉRTIZ QUEREVALÚ (**Asesor**), con el propósito de calificar la sustentación del informe final de tesis titulado: “**Influencia de los costos basados en actividades para mejorar la rentabilidad hotelera de la Provincia de Tumbes-2021**”, para optar el Título de Contador Público.

Después de formuladas las preguntas por cada uno de los miembros del jurado y absueltas las mismas por los sustentantes se asignó el calificativo de:

APROBADO / BUENO

Siendo las 15:50, del mismo día se dio por concluido el acto de sustentación, dando a conocer el resultado de acuerdo al Reglamento General de Grados y Títulos de la Universidad Nacional de Tumbes.

Para mayor veracidad de lo manifestado, firmamos la presente en señal de conformidad.

Dr. DANTE ENRIQUE RODRÍGUEZ RUIZ
DNI: 00217060
Presidente

Dr. JUAN MANUEL BANCES RODRÍGUEZ
DNI: 00251359
Secretario

M. Sc. LUIS ALBERTO RAMÍREZ MARQUINA
DNI: 40545032
Vocal

Dr. PEDRO JOSÉ VÉRTIZ QUEREVALÚ
DNI: 00248704
Asesor

DEDICATORIA

Dedico el presente proyecto a Dios por poner en mi camino las diferentes oportunidades que hicieron posible que me forje una profesión, así mismo indudablemente a mis padres, hermanos y familiares quienes han sido motivo de inspiración dándome siempre su amor y apoyo, permitiéndome saber que, en medio de tantas pruebas, todo se puede lograr.

AGRADECIMIENTO

A mis padres por el apoyo incondicional recibido día a día en el arduo camino de mi profesión.

A mi asesor, por haberme orientado en la elaboración del proyecto de tesis; y a los Docentes de la Facultad de Ciencias Económicas quienes supieron compartir sus conocimientos con mucho esfuerzo, para hacer posible mi preparación profesional.

Br. Arrunategui Feijoo, Cristhiam Ronaldo

ÍNDICE GENERAL

DEDICATORIA.....	v
AGRADECIMIENTO.....	v
ÍNDICE GENERAL.....	vi
ÍNDICE DE TABLAS.....	ix
ÍNDICE DE FIGURAS.....	x
ÍNDICE DE ANEXOS.....	xi
RESUMEN.....	xii
ABSTRACT.....	xiii
CAPITULO I.....	14
1. INTRODUCCIÓN.....	14
1.1. SITUACIÓN PROBLEMÁTICA.....	14
1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	16
1.3. JUSTIFICACIÓN.....	16
1.4. OBJETIVOS.....	17
1.4.1. OBJETIVO GENERAL.....	17
1.4.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS.....	17
CAPITULO II.....	18
2. ESTADOS DEL ARTE.....	18
2.1. ANTECEDENTES.....	18
2.1.1. ANTECEDENTES INTERNACIONALES.....	18
2.1.2. ANTECEDENTES NACIONALES.....	21

2.2.	BASES TEÓRICAS	24
2.2.1.	DEFINICIÓN DE SERVICIOS	24
2.2.2.	COSTOS DE SERVICIOS.....	24
2.2.3.	CARACTERÍSTICAS DE LOS SERVICIOS	25
2.2.4.	OBJETIVOS DE LOS COSTOS DE SERVICIOS	26
2.2.5.	EL SISTEMA ABC EN EMPRESAS DE SERVICIOS	26
2.2.6.	CONTABILIDAD HOTELERA	34
2.3.	MARCO CONCEPTUAL.....	38
2.3.1.	ACTIVIDADES	38
2.3.2.	COSTOS BASADOS EN ACTIVIDADES	38
2.3.3.	RECURSOS.....	40
2.3.4.	RENTABILIDAD	42
2.3.5.	MARGEN DE UTILIDAD	44
CAPITULO III		45
3.	MATERIALES Y MÉTODOS	45
3.1.	LUGAR DE EJECUCIÓN.....	45
3.2.	FORMULACIÓN DE HIPÓTESIS Y DEFINICIÓN DE VARIABLES .	45
3.2.1.	FORMULACIÓN DE HIPÓTESIS.....	45
3.2.2.	DEFINICIÓN DE VARIABLES.....	45
3.3.	METODOLOGÍA	46
3.3.1.	DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	46
3.3.2.	POBLACIÓN Y MUESTRA	47

3.3.3.	MÉTODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS	47
3.3.4.	PLAN DE PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE DATOS.....	49
CAPITULO IV.....		50
4.	RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	50
4.1.	RESULTADOS	50
4.1.1.	COSTOS BASADOS EN ACTIVIDADES.....	50
4.1.2.	RENTABILIDAD HOTELERA.....	60
4.2.	PROPUESTA.....	69
CAPITULO V		76
5.	CONCLUSIONES.....	76
CAPITULO VI.....		77
6.	RECOMENDACIONES.....	77
CAPITULO VII.....		78
7.	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	78
CAPÍTULO VIII.....		81
8.	ANEXOS.....	81

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Identifican las actividades del servicio.....	50
Tabla 2: Registran las operaciones de cada actividad	52
Tabla 3: Distribuye los costos comunes	53
Tabla 4: Los costos son asociados a las actividades	54
Tabla 5: Cuenta con una base de distribución de costos	55
Tabla 6: Identifica los costos por cada actividad	56
Tabla 7: El pago al personal de limpieza se imputa a varios departamentos	57
Tabla 8: La energía se imputa a varias áreas	58
Tabla 9: La depreciación se distribuye en varios departamentos.....	59
Tabla 10: Se registran todos los ingresos de las actividades.....	60
Tabla 11: Se diferencian los ingresos del giro y otros.	61
Tabla 12: Se determinan los costos del servicio	62
Tabla 13: Se registran los gastos operacionales.....	63
Tabla 14: Se diferencian los gastos administrativos y de ventas.....	64
Tabla 15: Se asignan gastos de acuerdo con cada actividad	65
Tabla 16: Se ofrecen otros servicios a los clientes.....	66
Tabla 17: Se evalúa el nivel de satisfacción del cliente.....	67
Tabla 18: Los clientes hacen uso del servicio seguidamente.....	68

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Identificación de centros de costos	51
Figura 2: Registran operaciones	52
Figura 3: Distribución de costos	53
Figura 4: Costos asociados a las actividades.....	54
Figura 5: Base de distribución	55
Figura 6: Identificación de Costos	56
Figura 7: Gastos de Limpieza por departamento	57
Figura 8: Energía por áreas.....	58
Figura 9: Depreciación por departamento	59
Figura 10: Registro de ingresos	60
Figura 11: Diferencia de ingresos.....	61
Figura 12: Costos del servicio	62
Figura 13: Requerimiento Oportuno	63
Figura 14: Gastos administrativos y ventas.....	64
Figura 15: Gastos por actividades.....	65
Figura 16: Otros Servicios	66
Figura 17: Nivel de Satisfacción	67
Figura 18: Uso del servicio	68

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo N.º 1: Cuestionario	81
Anexo N.º 2: Matriz de Consistencia	83
Anexo N.º 3: Operacionalización de las Variables	84

RESUMEN

La presente investigación que he desarrollado se denomina “Influencia de los costos basados en actividades para mejorar la rentabilidad hotelera de la Provincia de Tumbes - 2021”, el resultado de la investigación de tipo Descriptiva no experimental, cuyo diseño es Descriptivo Correlacional, donde se hizo uso como instrumento de investigación el cuestionario que constó de 9 preguntas para identificación de la variable independiente y 9 preguntas para la variable dependiente aplicado a los 33 propietarios y directivos de las empresas, habiendo obtenido y procesado la información a la que pude llegar que la implementación del sistema de costeo ABC es de mucha utilidad para tener en cuenta en el momento de tomar alguna decisión ya que puede suministrar información oportuna, asimismo cabe indicar que las empresas hoteleras deben de contar con registros, formatos y procedimientos que permitan tener un mejor ordenamiento de las operaciones que se realicen durante el desarrollo de las actividades, ya que al no contar con registros oportunos, sus ingresos y egresos no son medibles por cuya razón se les es difícil determinar la rentabilidad que la empresa pueda generar en un periodo determinado.

Palabras claves: Costeo, Sistema, ABC, decisiones, Rentabilidad.

ABSTRACT

The present investigation that I have developed is called "Influence of the costs based on activities to improve the hotel profitability of the Province of Tumbes - 2021", the result of the non-experimental Descriptive type investigation, whose design is Correlational Descriptive, where it was done I use as a research instrument the questionnaire that consisted of 9 questions to identify the independent variable and 9 questions for the dependent variable applied to the 33 owners and managers of the companies, having obtained and processed the information that I could reach that the implementation of the ABC costing system is very useful to take into account at the time of making a decision since it can provide timely information, it should also be noted that hotel companies must have records, formats and procedures that allow for a better ordering of the operations carried out during the development of the activities des, since by not having timely records, their income and expenses are not measurable for which reason it is difficult for them to determine the profitability that the company can generate in a given period.

Keywords: Costing, System, ABC, decisions, Profitability.

CAPITULO I

1. INTRODUCCIÓN

La finalidad de este apartado es contextualizar el problema de investigación del presente trabajo, para lo cual, en primer lugar, se identifica las situaciones problemáticas que afectan a que la empresa no pueda determinar realmente su rentabilidad. En segundo lugar, se plantea el problema de investigación general y los específicos que serán analizados y contestados a lo largo del trabajo. En tercer lugar, se presenta la justificación de la investigación y los objetivos sobre los cuales se desarrollará la misma.

1.1. SITUACIÓN PROBLEMÁTICA

Actualmente las empresas hoteleras están siendo afectadas por diversos factores externos e internos; cuando las empresas buscan maximizar su rentabilidad se plantean una serie de interrogantes a fin de poder lograr sus objetivos, preguntas tales como; ¿cómo?, ¿cuándo?, ¿de qué manera? Muchas empresas son afectadas por los costos que incurren y cuánto de esto genera mayor rentabilidad o afecta a la misma, es por ello, que, las empresas hoteleras se enfocan en realizar un buen costeo en sus actividades del servicio, ya que de cuyos resultados depende tomar mejores decisiones que conlleve a incrementar la rentabilidad de su empresa.

“El reconocimiento de los costos es de vital importancia en todos los aspectos, puesto que la misma permite identificar, medir, informar y analizar los diferentes elementos de costos directos o indirectos asociados con la prestación de un servicio. También se relaciona sobre todo con la información para la gerencia y en la presentación de informes financieros (medición del ingreso). El sistema de Costos por Actividades (ABC) se presenta como una herramienta útil de análisis del costo y seguimiento de actividades a las empresas a disponer de la información necesaria para hacer frente a las decisiones.”

En el ámbito nacional, las empresas hoteleras no están familiarizadas con la identificación de costos, conformándose simplemente con una información que indique que la empresa está vendiendo y que vaya creciendo económicamente; sin embargo, si se enfocaran en identificar sus costos a fin de reducirlos, obtendría incrementos en los beneficios con menor inversión. Los costos ABC, permiten controlar la eficiencia de los recursos y por medio de esta información se podrían tomar decisiones importantes para el crecimiento interno y externo de las organizaciones. “La provincia de Tumbes, en la actualidad cuenta con muchos recursos turísticos, los cuales son de suma importancia para los empresarios, ya que se convierten en un atractivo de personas tanto interno como externo del país que nos visitan por diferentes motivos, es así, como se ha venido incrementando la actividad empresarial hotelera. Sin embargo, son las empresas locales las que no cuentan con un sistema de registración de los costos que nos permita obtener una información oportuna en la buena administración de los recursos, es así que el problema que da inicio a esta investigación, surge luego de identificar las situaciones problemáticas que afectan a que la empresa no pueda determinar realmente su rentabilidad, en razón a ello se puede afirmar que los costos basados en actividades influyen en la rentabilidad de las empresas hoteleras lo que permitirá a este sector

económico mejorar su gestión, mejorando los índices de rendimiento de la inversión.

1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Dada la situación problemática expuesta, se fórmula la siguiente interrogante:

¿Es posible que la influencia de los costos basados en actividades mejore la rentabilidad de las empresas hoteleras en la provincia de Tumbes?

1.3. JUSTIFICACIÓN

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo principal determinar que los costos basados en actividades influyen en la rentabilidad de las empresas hoteleras teniendo en cuenta que actualmente éste sector sólo registra operaciones que permite obtener información contable y financiera, sin embargo no cuentan con una identificación y registración de sus costos a fin de obtener información oportuna de cada una de las actividades del servicio y lograr de esta manera tomar mejores decisiones en lo que se refiere a la rentabilidad a fin de contribuir en el desarrollo empresarial hotelero. Para ello es necesario proponer un modelo de registración de costos que permita tener información oportuna que mejore la gestión, planificación y el control de las actividades necesarias para lograr los objetivos propuestos, definiendo los recursos para cumplirlos eficientemente y elaborando indicadores que sean capaces de medir desde distintas perspectivas y en tiempos reales los logros alcanzados. Gracias a ello se pueden promover los ajustes correctivos en su momento de las condiciones cambiantes, de las nuevas ideas y de las nuevas oportunidades. Considerando que para

el éxito de la gestión es necesaria una planificación estratégica que permita la identificación con la empresa de todos sus miembros.

Es así como, la implementación de los costos basados en actividades se constituye en la base para llevar a cabo las diversas actividades de servicio cuyos procedimientos conducirán a mejorar la rentabilidad y obtener información relacionada con los costos que tenga como propósito predeterminar, registrar, acumular, distribuir, controlar, analizar, interpretar e informar, para una mejor distribución, administración y financiamiento en la toma de decisiones de los directivos. Así, los costos ABC sirven para evaluar la eficiencia de la gestión que se está realizando y suministrar información financiera y no financiera de forma clara, comparable y útil para el proceso de toma de decisiones.

1.4. OBJETIVOS

1.4.1. OBJETIVO GENERAL

- a) Determinar que los costos basados en actividades influyen en la mejor rentabilidad de las empresas hoteleras en la provincia de Tumbes.

1.4.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS

- a) Identificar las actividades en cada proceso del servicio.
- b) Determinar los registros contables de las operaciones financieras y económicas de la empresa.
- c) Determinar los costos e ingresos de la empresa.
- d) Proponer la estructura de costos ABC.

CAPITULO II

2. ESTADOS DEL ARTE

2.1. ANTECEDENTES

Para el desarrollo de esta investigación, se ha revisado información en referencia:

2.1.1. ANTECEDENTES INTERNACIONALES

Delgado, W. (2010): en su tesis, "Diseño de un sistema de costos con el método ABC para el hotel la Giralda de la ciudad de Ibarra, en la Universidad Técnica del Norte, Ibarra – Ecuador, Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas, Escuela de Contabilidad Superior y Auditoría, para obtener el título de Ingeniero en Contabilidad Superior y Auditoría". Lo cual el autor plantea. "Determinar el manejo de costos para la fabricación de productos y servicios; utilizó una población y muestra igual a 20 colaboradores de la empresa, debido que la población es menor a 30 unidades aplicó la técnica del censo, llegando a las conclusiones de que el sistema de Costos por el método ABC es una herramienta muy útil para obtener información oportuna y precisa sobre los costos indirectos, en base a la ejecución de las actividades desarrolladas en la empresa.

Al aplicar el método ABC se pudo determinar el costo de las actividades desarrolladas en la empresa y así optimizar los recursos y los procesos. El centro de costos que tiene mayor consumo de recursos es Alimentos y Bebidas, debido a que para la elaboración de sus productos se necesita de estos en una gran proporción. El sistema ABC fomenta el trabajo en equipo ya que todas las áreas se integran para alcanzar las metas propuestas por los directivos y con la aplicación de este método de costeo se pudo determinar que algunos productos están siendo vendidos a su costo y esto implica que los resultados no sean los esperados al final del período”.

Henríquez, T. (2014), quien realizó un trabajo de investigación titulado, “Modelo ABC – ABM para la gestión de costos en el sector hoteles de playa de los departamentos de la libertad y la paz; en la Universidad del Salvador, facultad de Ciencias Económicas, escuela de contaduría Pública; para obtener el grado de Licenciado en Contaduría Pública: San Salvador”. El autor planea: “Costear y gestionar los costos de las actividades de un hotel de playa, mediante la correcta asignación en los centros absorbentes, de manera que se logre minimizarlos. La muestra analizada fue igual a 19 hoteles, el instrumento empleado para la recolección de datos fue la encuesta y el investigador concluye que gestionar procesos tiene un gran impacto en los resultados; esto debido a que si se conocen y analizan cada una de las actividades que intervienen en la generación de servicios se puede reorientar la visión de metas con decisiones estratégicas. Desde un cambio tan simple como reemplazar un proveedor hasta uno drástico que conlleve a eliminar un departamento o línea de servicio, son fluctuaciones que sin duda alguna repercutirán en las cifras de los resultados. El gran objetivo de gestionar es obtener un valor agregado del conocimiento

certero de los costos; cuya característica más valiosa es poner los objetivos de la entidad arriba de la competencia. La información final tendrá la versatilidad necesaria que permitirá dirigir estratégicamente cada decisión relacionada con los recursos consumidos por los centros de costos; y la toma de decisiones debe ser respaldada por información financiera confiable y oportuna, pero esto no es posible si uno de los elementos determinantes para su composición, como son los costos, no se encuentran claramente establecidos, el cual acumula datos sin brindar mayor detalle sobre los recursos que se utilizaron para elaborar un producto o brindar un servicio y de esta manera no contribuye a que la empresa sea más competitiva en un mercado agresivo”.

Vinza R. (2012): En su investigación “Propuesta para la aplicación del método de costeo por actividades ABC (Activity Based Costing) de Industria Gráficas Olmedo de la ciudad de Quito de la Universidad Central del Ecuador. En esta investigación se llegó a la conclusión que el diseño ABC sirve como herramienta útil para la toma de decisiones como la eliminación de costos que no agregan valor. Asimismo, permite tomar decisiones gerenciales lo que lograría incrementar su rentabilidad ya que alcanzaría mayor eficiencia en la gestión productiva reflejado en un aumento de su competitividad, además les ayudó a conocer cuántos recursos consume cada departamento permitiéndoles así un control más exacto”.

Arévalo y Alfredo (2003), en su Tesis “La importancia de la Administración Basada en Actividades de la Universidad Francisco Marroquín. En Guatemala”. Llego a concluir que “la Administración Basada en Actividades es el desenlace

necesario y evidente del Costeo Basado en Actividades. Por lo tanto, solamente mediante el análisis de las actividades podemos entender que muchas de las actividades y tareas rutinarias no tienen razón de ser, la información generada por los sistemas de costos es útil, pero más importante son las acciones que se toman a partir de cómo mejorar los procesos y actividades”.

2.1.2. ANTECEDENTES NACIONALES

Rodas S. (2011): En Tesis “Beneficios de implementar un sistema de Costeo Basado en Actividades para mejorar la gestión estratégica de la empresa Molinos Selva de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo. Se llegó a la conclusión que aplicando la metodología de ABC en la empresa Molinos Selva se obtienen costos más exactos, pues el solo utilizar un sistema de costos tradicional que se basa en aplicar promedios globales o porcentajes de venta para distribuir los costos, tiene como consecuencia calcular costos distorsionados por servicios. Además de la utilización de una sola base de asignación para distribuir el costo hacia el servicio genera un costo sub o sobre aplicado hacia los servicios, es decir, el mayor costo real del servicio de secado es absorbido por los otros dos servicios de pilado y selectora”.

Choy, E. (2012): “Dra. en Ciencias Contables y Empresariales y Magister en Dirección Financiera, elaboró y publicó un artículo de investigación titulado, el dilema de los costos en las empresas de servicio, para la revista Quipukamayoc de la Facultad de Ciencias Contables de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Ella afirma que cuando se habla de costos, generalmente se encuentra vinculada al sector

industrial y permite desarrollar abundante información, mientras que por el sector servicio es escasa la información; por lo que considera muy necesaria el establecimiento de un marco teórico que permita conceptualizar y luego enfocarse en los costos y modelos para el sector servicio. Choy, al tratar el tema de sistema de costos, identifica a dos de ellos, en primera, al sistema tradicional conocido como sistema por órdenes y por procesos, y en segunda, al más utilizado y moderno conocido como Costos Basado en actividades. Por otro lado, nos menciona cuales son los elementos del costo de servicio, los mismos que para la autora, estarían compuestos por los costos directos, costos operacionales, gastos técnicos y administrativos, alquileres y/o depreciaciones, obligaciones y seguros, materiales de consumo y capacitación y promoción. Finalmente, la investigadora concluye diciendo que las empresas de que prestan servicios tienen características particulares que condicionan su gestión, la determinación de los costos en las empresas de servicios resulta compleja y diversa, debido a que los procedimientos para su cálculo dependen del tipo de actividad, las mismas que resultas muy variadas como: transporte, salud, educación, gastronomía, servicios profesionales, hospedaje, entre otras”.

Benítez, D. (2011) en su tesis titulada, “Implementación de un sistema de costeo ABC para la creación de una ventaja competitiva en la empresa F & F Kids para obtener el Título Profesional de Contador Público, de la Carrera Profesional de Contabilidad y Finanzas, Facultad de estudios de la Empresa, Universidad Privada del Norte, se plantea como objetivo demostrar que la ventaja competitiva que se obtiene al implementar un sistema de costeo ABC en la empresa F & F Kids S.A.C, es la reducción del costo del producto; utilizo como población y muestra a los resultados económicos de los meses

de Junio a Septiembre – año 2011”. “De su investigación, llega a las siguientes conclusiones; del análisis de la situación actual de la empresa se desprende que la empresa: utiliza un sistema de costeo tradicional, que los costos indirectos de producción son un porcentaje de 15.84% de los costos totales, que los gastos ajenos al proceso productivo junto con los CIP son absorbidos en su totalidad por un solo producto, pero que son distribuidos de una manera no técnica y que este método no informa acerca del costo de las actividades y por lo tanto no permite gestionar los costos con la finalidad de reducirlos, se diseñó un modelo de costeo ABC de acuerdo a la realidad de la empresa, solo una línea de producción que es la de calzado para niño modelo Pibe, y conservando sus ventajas teóricas lo que nos permite, una mejor asignación de los costos indirectos a las actividades de la empresa, proporciona un Flujograma de actividades y procesos, permitiendo realizar un mejor control del costo de la mano de obra y de los materiales, nos da a conocer la rentabilidad real y sirve de base para la gerencia en la toma de decisiones sobre el costo de las actividades y de los procesos operativos propios de la empresa, la implementación del sistema ABC nos permitió; un control adecuado de los costos, valorizar todas las actividades que realiza la empresa de acuerdo al proceso que estas desarrollan y gestionando los costos con la finalidad de obtener una reducción en el costo del calzado terminado, y se comprobó que el sistema de costeo ABC contribuye a la creación de una ventaja competitiva, en nuestro caso se consiguió la reducción del costo por calzado terminado de S/ 18.64 en lugar de S/ 19.15 costo que es inferior a la del mercado y por lo tanto nos proporciona una ventaja competitiva”.

2.2. BASES TEÓRICAS

2.2.1. DEFINICIÓN DE SERVICIOS

Ramírez (2008), “Se puede definir al servicio como una serie de actividades identificables que tiene como fin ofrecer un servicio para satisfacer necesidades. Es decir, las empresas de servicios brindan un servicio que no es palpable como es en el caso de las entidades manufactureras y comerciales, además en el servicio el principal recurso es esfuerzo humano”. (p.517)

2.2.2. COSTOS DE SERVICIOS

Chambergó (2012), Se le define como los costos de servicios a aquellos que se desarrollan en las empresas de servicios y donde no se efectúa transformación alguna, es decir que solo producen servicios donde el producto que se ofrece no es tangible, así mismo cada actividad o proceso que forma parte del servicio tiene un costo diferente y su costo está conformado exclusivamente y muy conocidos los tres elementos: los costos de mano de obra, materiales y los costos indirectos, son los elementos básicos que se debe tomar en cuenta o distinguir de acuerdo a la naturaleza del negocio porque no todos los entes de servicios utilizan en misma proporción los recursos todo va depender del tipo de servicio que se brinde (p.387)

2.2.3. CARACTERÍSTICAS DE LOS SERVICIOS

Chambergo (2012), "Características de las organizaciones de servicios: en las organizaciones de este rubro se puede determinar las diferencias que existen frente a las empresas manufactureras, entre ellos principalmente encontramos lo siguiente: En la mayoría de los servicios se costea con base en órdenes, es usado este tipo de costeo debido a que se brinda diferentes servicios y cada una de ellas es de acuerdo con las especificaciones que establece el cliente. Por ejemplo, entidades que brindan asesorías en diferentes disciplinas, hospitales, restaurantes, etcétera. También de acuerdo con la naturaleza del servicio la materia prima en algunos casos representa un porcentaje menor a diferencia de los recursos humanos dentro del costo total como en las empresas manufactureras. Se sobre entiende que las empresas de servicio ofrecen un producto cuya característica primordial es que no se puede tocar. Se debe tener en cuenta que en este tipo de empresas el recurso principal mayormente es el esfuerzo humano el cual genera un costo el desembolso de sus honorarios dependiendo el tipo de labor que realice por ende se debe identificar y cuantificar muy bien los costos de la mano de obra directa así como los costos indirectos, además el factor fundamental para asignar los costos indirectos es el tiempo que los empleados invierten en el desarrollo de brindar los servicios, también es importante considerar que la infraestructura cuente con lo necesario para que los trabajadores o colaboradores realicen su trabajo de la mejor manera". (p-389)

2.2.4. OBJETIVOS DE LOS COSTOS DE SERVICIOS

Chambergo (2012), Los costos tienen un objetivo importante el cual es servir de base para poder establecer políticas de precios, así mismo tomar decisiones respecto a la elaboración o producción de bienes o prestación de servicios, de igual forma valorizar los inventarios de acuerdo al rubro o actividad económica que realice el ente, también controlar la eficacia de la gestión, a su vez es muy útil cuando se requiera realizar el planeamiento o proyecciones, de igual forma permite controlar todo el proceso paso a paso del proceso del servicio prestado. (p.82)

Según, Chambergo (2012) de acuerdo a lo que menciona respecto a la estructura de los costos de servicios, indica que depende de la naturaleza o actividad que realice la entidad y recalca que generalmente los costos de servicio están conformados por el desembolso de las horas por remuneraciones directas o indirectas, los suministros diversos que intervienen, los gastos de transporte, movilidad depende sea el caso, consumo de energía, alquileres, depreciación del mobiliario, seguros, etc. Se le considera costo a todo aquello que intervenga o hace que sea posible brindar el servicio adecuadamente de acuerdo con los objetivos planteados (p.82)

2.2.5. EL SISTEMA ABC EN EMPRESAS DE SERVICIOS

El concepto de servicio evolucionó con la integración de elementos relacionados, donde las normas ISO representan los resultados obtenidos por la acción motivada por los

intereses de al menos dos personas para prestar el servicio de una de ellas.

El sistema ABC nació en empresas industriales, pero hoy existen muchas empresas de servicios que realizan esta estimación de costeo y obtienen beneficios favorables.

El output en empresas de servicios tiende a ser subjetivos hasta cierto punto, Por ejemplo: calidad del servicio, precisión de la información, satisfacción, pero al igual que en las empresas manufactureras, los resultados se obtienen a través de muchas operaciones costosas. Por otro lado, por lo general, el producto se consume en el proceso de la producción y los propios clientes se consideran como "entrada" a convertirse en un producto de valor agregado después de completar el proceso de entrega del servicio. "Salida".

Así, el producto resultante es el mismo, es decir, el cliente, al que se le aporta un valor añadido a través de una prestación de servicio, a diferencia de una empresa productiva donde el input sufre ciertos cambios en el ciclo de producción.

Sin embargo, el estado actual de la mayor parte de empresas de servicios resulta ser diferente, por el escaso mercado competitivo, que tienen poca información de sus costos de productos, clientes y procesos, ya que el sistema ha operado durante décadas sin un sistema de costos. (No es lo mismo desde lo contable-financiero), Si bien necesitan ejercer control sobre el negocio, desarrollar presupuestos para departamentos o centros de responsabilidad y comparar los resultados reales con los resultados presupuestados.

Para implementar ABC en empresas de servicios, se deben tomar decisiones importantes: Decidir si el sistema funcionará

independientemente de otros sistemas de la empresa que generan la información o se integrará con ellos, Decidir si incluir a todos los empleados en el sistema desde el principio, incluso si aumentan los costos de inversión inicial. Cabe señalar que se trata de una decisión estratégica para recabar información relevante que permita conformar una visión operativa que sustente la toma de decisiones a nivel global de la empresa, así como a nivel ideal.

Clasificación y categorización de establecimientos de hospedajes

Clase	Categoría
1. Hotel	Una a cinco estrellas.
2. Apart - Hotel	Tres a cinco estrellas.
3. Hostal	Una a tres estrellas.
4. Albergue	

Fuente: Reglamento de establecimientos de hospedaje, DS N° 001 .2015-MINCETUR. Elaboración Propia.

El reglamento también establece las consideraciones mínimas para que un establecimiento de hospedaje sea clasificado y categorizado según lo solicite el titular. Dado que el establecimiento de hospedaje en estudio está clasificado como "hotel", entonces veremos los requisitos mínimos para ser clasificado como tal:

REQUISITOS MÍNIMOS DE INFRAESTRUCTURA					
Requisitos	5 estrellas	4 estrella	3 estrellas	2 estrellas	1 estrellas
Generales					
Nº de ingresos para los huéspedes (1)					
Recepción y conserjería	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio
Comedor	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio		
Bar	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio		
Cocina	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio
Cafetería				Obligatorio	Obligatorio
Servicios higiénicos de uso público (2)	Obligatorio diferenciado o por sexos	Obligatorio diferenciado o por sexos	Obligatorio diferenciado o por sexos	Obligatorio diferenciado o por sexos	Obligatorio diferenciado o por sexos
Oficio (s) que permita garantizar la limpieza de todas las habitaciones	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio		
Ascensor de uso público (3)	Obligatorio a partir de 4 plantas (excluyendo o sótano o semisótano)	Obligatorio a partir de 4 plantas (excluyendo o sótano o semisótano)	Obligatorio a partir de 4 plantas (excluyendo o sótano o semisótano)	Obligatorio a partir de 4 plantas (excluyendo o sótano o semisótano)	Obligatorio a partir de 4 plantas (excluyendo o sótano o semisótano)
Ascensos de servicio distinto al de uso público (3)	Obligatorio a partir de 4 plantas	Obligatorio a partir de 4 plantas			
Alimentación eléctrica de emergencia	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio		

para ascensores					
Servicios básicos de emergencia (ambientes separados para equipos de generación de energía eléctrica y almacenamiento de agua potable)	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio sólo equipo de almacenamiento de agua potable	Obligatorio sólo equipo de almacenamiento de agua potable
Estacionamiento privado y cerrado (porcentaje por el número de habitaciones) (4)	30%	25%	20%		
Estacionamiento para vehículos en tránsito (5)	Obligatorio	Obligatorio			
Zona de mantenimiento – depósito	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio		
Habitaciones					
N° mínimo de habitaciones	40	30	20	20	20
Simple	13 m ²	12 m ²	11 m ²	9 m ²	8 m ²
Dobles	18 m ²	16 m ²	14 m ²	12 m ²	11 m ²
Suites (m ² mínimos si la sala está integrada al dormitorio)	28 m ²	26 m ²	24 m		

Suites (m2 mínimos si la sala está separada al dormitorio)	32 m2	28 m2	26 m2		
Closet o guardarropa incluido en el área de la habitación	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio
Servicios higiénicos por habitación					
Uno privado con área mínima (6)	5 m2	4 m2	3 m2	3 m2	3 m2
Todas las paredes revestidas con material impermeable – altura de	1.80 m	1.80 m	1.80 m	1.80 m	1.80 m

Fuente: Reglamento de establecimientos de hospedaje, DS N° 001-2015-MINCETUR. Elaboración Propia.

- (1) El ingreso está referido al área de recepción.
- (2) Debe tener acceso directo al área de recepción y cumplir con los requisitos establecidos en el inciso v) del artículo 4° del reglamento.
- (3) Hay paradas en todos los pisos, incluyendo sótanos.
- (4) Considerar excepciones previstas en el reglamento.
- (5) Estará supeditado a la ubicación del establecimiento en centros históricos o en zonas de reglamentación especial.

(6) Deben cumplir con los requisitos previstas en el inciso v) del artículo 4° del reglamento.

(7) Deben mejorar el confort (temperatura, ventilación, humedad, etc.) según la petición del cliente.

(8) 24 horas de uso continuo. No se acepta la calefacción activada por los huéspedes.

- No dejar de brindar a los huéspedes servicios de recepción, comedor, cafetería, si estas áreas se utilizan para eventos (reuniones, congresos u otros similares).

- El área mínima exigida corresponda al área que ocupan los muros.

- El edificio debe estar en armonía con el entorno donde se ubica el establecimiento.

Requisitos mínimos de servicio para la clasificación de hotel

REQUISITOS MINIMOS DE SERVICIOS					
GENERALES					
Servicio diaria de habitaciones y todos los ambientes del hotel	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio
Servicio de lavado y planchado (1)	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio		
Servicio de llamadas telefónicas, mensajes y contratación de taxis	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio
Servicio de equipaje	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio
EN HABITACIONES					
Atención en habitaciones	Obligatorio	Obligatorio			
Cambio regular de sábanas y toallas diario (2)	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio

Fuente: Reglamento de establecimientos de hospedaje, DS N° 001-2015- MINCETUR. Elaboración Propia.

- (1) Servicio prestado en el hotel o a través de terceros.
- (2) El huésped podrá solicitar que no se cambien regularmente de acuerdo con criterios ambientales u otros.

2.2.6. CONTABILIDAD HOTELERA

Chacon. (2003) citado por Delgado, Wilson (2010) en su libro "Sistemas de contabilidad y costos en las empresas hoteleras afirma que: La hotelería, es una actividad mercantil de venta de servicios de alojamiento y gastronomía fundamentalmente, ésta tiene características generales y económicas financieras especiales que la diferencian de otras actividades comerciales e industriales".

Algunas características comunes de este sector son: diversidad y complejidad, rigidez de la oferta, factores regulatorios exógenos y demanda elástica. Entre las características económicas y financieras específicas, se pueden distinguir las siguientes:

1. La Naturaleza del producto hotelero tiene las características de los productos que se vende en cualquier industria es importante para ella por varias razones; productos duraderos que pueden almacenarse durante períodos de tiempo y mantenerse en cantidades para satisfacer la demanda máxima; durante períodos de alza de precios es probable que los productos que se fabricaron a un costo relativamente bajo hace unos meses alcancen precios más altos.
2. El producto hotelero es diferente en el área de alojamiento, las habitaciones sin vender significan pérdida irrevocable de ingresos. De manera similar, en el mundo culinario, algunos alimentos que no se venden son perecederos, de materia prima, como elaborada.

3. Las Características del ciclo económico en ciertas actividades industriales y comerciales, el tiempo desde la compra, recepción de materias primas para la producción o mercaderías para vender, y el momento de la venta de productos terminados es muy largo, a veces meses. Otra característica importante de la actividad económica financiera hotelera es su ciclo operativo corto, ya que las operaciones se realizan casi a diario. La comida que se recibe por la mañana suele prepararse más tarde en la misma mañana y venderse el mismo día.

4. Los costos de un hotel pueden ser directos o indirectos: un costo directo es aquel que puede identificarse directamente con un proceso, producto, trabajo o servicio. Ejemplos de costos directos son el costo de los comestibles que se consumen en los restaurantes y los salarios de los cantineros. Los costos indirectos son costos que no pueden estar directamente relacionados con la producción o los servicios, como la remuneración del director del hotel o la depreciación del edificio; Los costos indirectos se pueden distribuir a las producciones, servicios, o puntos de venta del hotel de acuerdo con una base o índice que refleje la manera en que se supone que se utilizan o aplican esos elementos indirectos en las producciones o servicios a los que se distribuye. Sin embargo, la base para la asignación de costos indirectos suele ser arbitraria, basada en la teoría o en problemas estándar, por lo que la mayoría de las entidades hoy en día rechazan la distribución de los costos indirectos y los registran como tales por su naturaleza.

Sobre esa base, puede entenderse que la hotelería es un proceso que integra muchas actividades relacionadas para obtener un producto o servicio final, y su ciclo de vida es relativamente corto en comparación con otro tipo de actividades comerciales e industriales que puede pasar mucho tiempo desde el momento de la compra de materias primas hasta su posterior venta, es decir, estas actividades implican costos directos e indirectos y la contabilidad hotelera se encarga de registrar estas actividades del día a día para obtener saldos consolidados al final de un período y así se pueden tomar decisiones administrativas.

DISEÑO DEL SISTEMA DE COSTOS ABC

Localización de los centros de actividades	-	1.- Definir los centros de actividades.
		2.- Identificar los centros de actividades vinculadas a los Servicios Básicos.
		3.- Identificar los centros de actividades vinculados a los Servicios Generales, cuyos costos se asignan a los Servicios Básicos a través de costos diversos.
		4.- Identificar los centros de actividades cuyos costos y gastos se identifican directamente con el periodo.
Determinación del costo de las actividades de cada centro asignable a los servicios básicos	-	5.- Localización de los costos indirectos en los centros.
		6.- Identificación de actividades
		7.- Elección de cost-drivers o generadores de costos
		8.- Reclasificación de actividades
		9.- Reparto de los costos entre las actividades reclasificadas.
		10.- Cálculo del costo de los generadores de costo
Determinación del costo de los servicios básicos	-	11.- Asignación de los costos de las actividades a los Servicios Básicos
		12.- Asignación de los costos directos a los servicios

Fuente: Elaboración propia.

2.3. MARCO CONCEPTUAL

2.3.1. ACTIVIDADES

1. **Centro de actividades.** - para Adame, R. (2000), “Un centro de actividades es un conjunto de actividades relacionadas tales como las que se realizan en un departamento particular”.
2. **Actividad.** - para Adame, R. (2000), “Una actividad es una combinación de personas, tecnología, materias primas, métodos y medio ambiente que produce un bien o servicio. La actividad describe lo que la empresa hace, la forma en que utiliza su tiempo, y los productos del proceso. Ejemplos de actividades son: Cerrar una venta, tramitar una orden de compra, ensamblar el producto final, determinar el saldo de un cliente, etc”.
3. **Servicios Básicos.** - Baujín, P. (2001), “Se define como servicios básicos los diferentes productos que ofrece el Hotel para sus clientes, para este modelo serían los siguientes: Alojamiento, Comida, Bebida, Recreación y Otros (Tabaco y Cigarro, excursiones, teléfono-fax, boutique)”.

2.3.2. COSTOS BASADOS EN ACTIVIDADES

Al respecto Amagua (2012) “El costeo basado en actividades ABC a mediados de la década de los ochenta; sus promotores, Robín Cooper y Robert Kaplan, determinaron que el costo de

los productos debe comprender el costo de las actividades necesarias para fabricarlo” (P.35).

Gómez (2005), Comenta que “La tendencia moderna en costeos, como consecuencia de una tecnología más avanzada, es hacia la aplicación del sistema de costeo por procesos con datos estándar, porque facilita más la planeación y el control de la producción” (P.15) “Los sistemas de costeo históricos son los que acumulan costos de producción reales, es decir, costos pasados o incurridos; lo cual puede realizarse en cada una las órdenes de trabajo o en cada una de las fases del proceso productivo” (Morillo, 2002, pág. 50).

Morillo (Como se citó en Backer 1997), “Los sistemas de costeo absorbentes son los que consideran y acumulan todos los costos de producción, tanto costos fijos como costos variables, éstos son considerados como parte del valor de los productos elaborados, bajo la premisa de que todos los costos son necesarios para fabricar un producto”.

Para Holst & Savage (2002) “El costo basado en las actividades (ABC) se define como un método que permite asignar, en primer lugar, el costo de los recursos a las actividades, mediante los impulsores de costos, y luego el costo de esas actividades a los objetos de costos, a través de los impulsores de actividades” (P.56). “El libro de contabilidad de costos, enfoque gerencial y de gestión el autor considera al costeo basado en actividades (ABC) como una metodología que mide el costo y el desempeño de actividades, recursos y objetivos de costo. Los recursos se asignan principalmente a las actividades; después, los costos de las actividades se asignan a los objetos de costo según su uso” (Amagua, 2012, pág. 73).

En definitiva, indica que actividades se realizan en cada organización, cuánto cuesta y el valor que aportan. La asignación de costos indirectos, es decir, los costos de producción y los gastos se lleva a cabo en tres etapas:

1. Acumula los costos indirectos por centros de acción que toman el nombre de actividades.
2. En el segundo paso, los costos indirectos se asignan a productos o servicios u otras formas de justificar el objeto de costo en función del número de actividades necesarios para completarlos.
3. En la última etapa, los costos directos e indirectos obtenidos en las dos etapas anteriores se combinan para obtener el costo total.

2.3.3. RECURSOS

Según Bellido (2005), “Considera como recurso a todo aquello que está disponible en la empresa para el desarrollo de sus actividades y que le permiten lograr sus fines” (pag.220).

Las dimensiones del costo ABC son las siguientes:

1. Recurso Material

Las empresas utilizan una variedad de recursos, considerando materiales de manera general, para realizar las operaciones diarias y destinarlas a los clientes. Por ello, es importante analizar si los recursos utilizados, tras la conversión en algunos casos, son suficientes para el

cliente, en caso contrario, se procede a optar por una solución para conseguirlo.

2. Recurso Humano

“Existen diversos enfoques para definir al Recurso Humano, uno de ellos es la que nos menciona Prieto, Santidrian & Aguilar: la mano de obra es el esfuerzo físico o mental que se consume en elaborar un producto o servicio (2006. Pag.135)”, “La participación del capital humano en la elaboración de un producto o servicio debe ser monitoreada, mediante la observación directa; esto le ayudara a realizar informes y llevar un control de los resultados (Gordon, 2005)”.

3. Costos indirectos

Según Fullana & Paredes (2008), “El costo es el valor de los factores consumidos a lo largo del proceso interno de transformación que tiene lugar en la empresa para la obtención de productos o servicios (P.32)”. “Un costo indirecto es complementario pero indispensable para la realización del producto o servicio. Para imputar los costos indirectos a los distintos departamentos, productos o actividades, es necesario recurrir a un mecanismo de asignación o reparto; en este caso se realizará mediante el costeo ABC. Como ejemplos de costos indirectos, se menciona al servicio de agua, energía eléctrica, telefonía, internet, entre otros”.

2.3.4. RENTABILIDAD

La rentabilidad es una ratio el cual se determina entre el resultado obtenido y el costo de ventas, mediante ello es posible determinar la capacidad que tiene la compañía para generar utilidad.

El resultado de cada ratio es una comparación de dos cuentas como indica Juárez (2012), donde indica: “Hay diversas razones financieras para evaluar distintos temas financieras, resultan de comparar dos datos y determinar su proporcionalidad.” (p.289)

Asimismo, las ratios de rentabilidad son principalmente relacionados con el estado de resultados, como lo indica Herz (2013), “Se encuentra relación entre las ratios y el estado de resultados ya que permiten calcular la eficiencia en la gestión de recursos. Existen tantos indicadores como según sea la necesidad”. (p.223)

Como se mencionó en el párrafo anterior, la eficiencia productiva con la que se hacen los recursos debe medirse y los ingresos están ligados con gastos en que se incurrieron para producir ese recurso, por ello Romero (2010) indica que “Es importante reconocer lo ingresos en el mes del devengo, donde además se identifica los costos y gastos que generan dicho beneficio, resultados.” (p. 122)

Al respecto de rentabilidad, esto afecta el reconocimiento de partidas en el estado de resultados, Escribano & Jiménez (2014) precisa que: “Es el ratio por la cual se evalúa el beneficio que obtienen los capitales aplicados en un limitado periodo. Se basa en contraponer la renta, o ventaja generada,

en coherencia a la inversión del capital, por ello, sería el resultado de la división entre los 2 valores”. (p.431)

Asimismo, Molina, Ramirez, Bautista & de Vicente (2015) “menciona que permite medir del desempeño, proporciona la forma eficiente de la gestión habilitando la semejanza entre empresas o la de la propia compañía en un determinado tiempo. La rentabilidad puede ser medida de acuerdo con dos aspectos: a) La inversión por los accionistas cuya acotación es la rentabilidad financiera y b) Los patrimonios oportunos para aumentar la actividad lo que se define como rentabilidad económica, uno de los principales factores es el capital para llevar a cabo un negocio”. (p.47)

Según Garrido & Iñiguez (2012), menciona que, “El propósito principal de la compañía se basa en maximizar la rentabilidad de los recursos financieros invertidos, sin embargo, no debe influir en el proceso productivo. La definición de rentabilidad sirve para evaluar el rendimiento realizado por la compañía.

Por lo tanto, los ratios de rentabilidad recurren a factores que se generan en el estado de resultados, verificándose ventajas en la inversión realizada o fondos utilizados para obtener dicha utilidad.

Expuesta está conceptualización, es natural hacer uso del promedio de cada periodo para determinar la inversiones, puesto que, los fondos usados durante el ejercicio económico para encontrar un beneficio son de términos a través de un promedio de los resultados iniciales y finales” (p.368)

Las razones que debemos considerar en un ratio nos puede dar un alcance lo que indica Court (2009) “Existen varios ratios

para aplicar, pero debe analizarse el aporte que brindará en la toma de decisiones.” (p.337)

2.3.5. MARGEN DE UTILIDAD

La utilidad marginal puede medirse en términos de disfrute, bienestar y satisfacción. Así como también en la capacidad de poder adquirir una unidad extra de producto o la renovación del contrato de un servicio que se le proporciona al consumidor.

CAPITULO III

3. MATERIALES Y MÉTODOS

3.1. LUGAR DE EJECUCIÓN

El proyecto de investigación se llevó a cabo en la provincia de Tumbes, en empresas hoteleras de la región.

3.2. FORMULACIÓN DE HIPÓTESIS Y DEFINICIÓN DE VARIABLES

3.2.1. FORMULACIÓN DE HIPÓTESIS

“Los costos basados en actividades influyen para una mejor rentabilidad en empresas hotelera de la provincia de Tumbes”.

3.2.2. DEFINICIÓN DE VARIABLES

Variable Independiente: Costos Basados en Actividades.

1. Identificación de centros de costos.
2. Asociación con los centros de actividad.
3. Asignación de costos a los objetos.

Variable Dependiente: Rentabilidad hotelera

1. Utilidad bruta.
2. Utilidad operativa.
3. Utilidad marginal.

3.3. METODOLOGÍA

La metodología para este estudio que se utilizará en este proceso es la siguiente:

Método Inductivo: Por el problema a estudiar se utilizará el método de la inducción porque la investigación comienza observando de lo particular para llegar a generalizar los resultados.

Método Descriptivo: Este método será importante ya que describirá completamente el problema para un mejor conocimiento y comprensión.

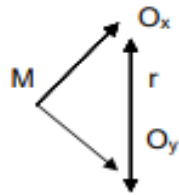
Método Analítico: A través de este método, se llegó a examinar cada variable para encontrar una salida a una dificultad.

3.3.1. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

Diseño: Esta investigación es no experimental. “Según el control que tiene el investigador sobre las variables de estudio, las investigaciones pueden ser experimentales y no experimentales. En las investigaciones no experimentales el investigador no tiene control sobre las variables y se limita a observar los acontecimientos sin intervenir en los mismos” (Hernández, Fernández y Baptista, 2010).

Tipo de estudio: El tipo de investigación es Descriptivo Correlacional. “Los estudios correlacionales tienen el propósito de medir la relación que existe entre dos o más variables, dimensiones o conceptos”. (Hernández, Fernández y Baptista, 2010).

La representación del diseño de investigación se presenta de la siguiente manera:



Dónde:

M = Muestra de estudio.

Ox = Observaciones de la variable: Costos Basado en Actividades.

Oy = Observaciones de la variable: Rentabilidad hotelera.

r = Índice de correlación entre ambas variables.

3.3.2. POBLACIÓN Y MUESTRA

La población se constituyó por 33 empresas de alojamiento en la provincia de Tumbes, las mismas que fueron consideradas en la muestra. (Mincetur; 2018)

3.3.3. MÉTODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

1. Métodos de Investigación

Los métodos utilizados serán deductivos e inductivos.

2. Técnica

De acuerdo con el propósito y las características de la investigación, la técnica que se utilizó fue la encuesta.

Hernández, Fernández y Baptista (2010) establecen que “El procedimiento de recojo de datos significa un proceso para el recojo de la información de acuerdo con el planteamiento del problema científico. Los datos que se recolecten deben ser confiables, válidos y objetivos. En el plan se debe incluir las variables definidas operativamente, la muestra y los recursos de tiempo, de apoyo institucional y económico. La definición operativa de las variables es esencial para la inferencia estadística”.

3. Instrumento de Recolección de datos

El Cuestionario: Las preguntas del cuestionario se ajustan a las variables y dimensiones a evaluar, y serán respondidas por los propietarios de las empresas.

Hernández, Fernández, y Baptista (2010) establecen que “la principal función de la medición de datos es lograr la congruencia entre los datos reales y los datos conceptuales. Los primeros proporcionan la evidencia empírica y los segundos, la evidencia teórica. En toda investigación con enfoque cuantitativo se ejecuta una técnica para para medir las variables establecidas en la hipótesis. La medición es efectiva si la técnica de recojo de la información guarda congruencia con las variables que han sido definidas conceptualmente”.

4. Confiabilidad del instrumento.

Se utilizará el coeficiente Alpha de Cronbach para medir la confiabilidad interna de los instrumentos.

3.3.4. PLAN DE PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE DATOS

Después de aplicar el cuestionario y obtener la información, los datos serán procesados por SPSS 2.3.0 y mostrados como una tabla de frecuencia para entender el contenido de los datos, diagnosticar y discutir los resultados para dar las conclusiones y recomendaciones de la investigación. “Para efectos de este estudio, se realizará un análisis inferencial mediante el coeficiente de correlación de Rho Spearman, que permite determinar el grado de correlación entre variables y dimensiones”. Según Pagano (2000).

El coeficiente de correlación de Spearman es una prueba no paramétrica que une dos variables ordinales mantenidas en el rango -1 a 1. Los valores cercanos al extremo indican el grado de correlación negativa o positiva entre las variables X e Y, mientras que los valores cercanos a cero muestran ninguna relación lineal entre estas dos variables.

CAPITULO IV

4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. RESULTADOS

4.1.1. COSTOS BASADOS EN ACTIVIDADES

1. IDENTIFICACIÓN DE CENTROS DE COSTOS

Tabla 1: Identifican las actividades del servicio

ESCALA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Nunca	9	27.27%
Casi nunca	5	15.15%
A veces	17	51.52%
Casi siempre	2	6.06%
Siempre	0	0.00%
Total	33	100.00%

Fuente: Encuesta que se aplicó a los propietarios de las empresas

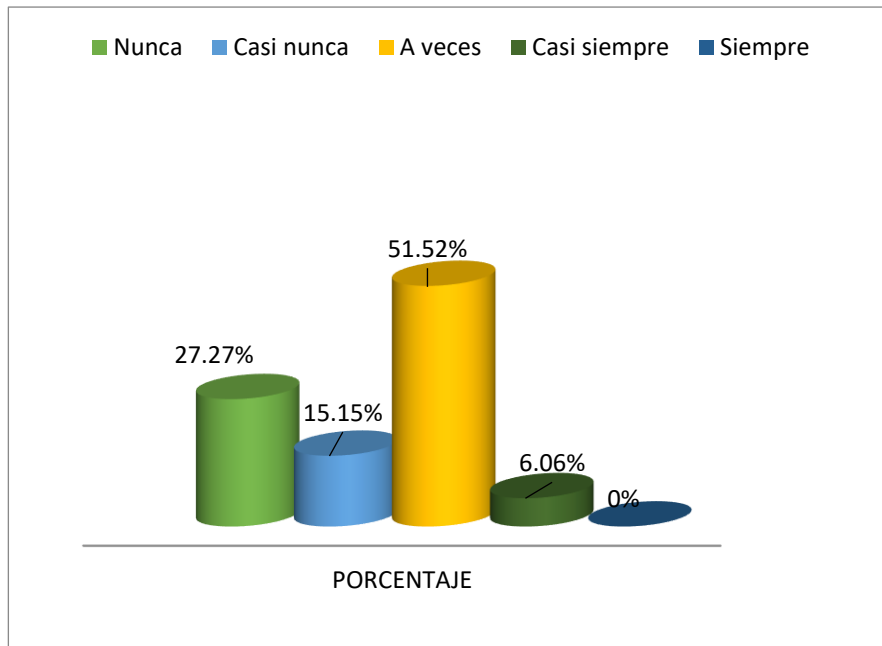


Figura 1: Identificación de centros de costos

ANÁLISIS: En la tabla N.º 01, el 51.52% de las empresas encuestadas indican que a veces identifican las actividades del servicio, mientras que un 42.42% manifiestan que casi nunca o nunca lo hacen.

COMENTARIO: Cabe mencionar que en razón a ello no es posible la identificación de las operaciones que estas realizan.

Tabla 2: Registran las operaciones de cada actividad

ESCALA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Nunca	14	42.42%
Casi nunca	6	18.18%
A veces	13	39.40%
Casi siempre	0	0.00%
Siempre	0	0.00%
Total	33	100.00%

Fuente: Encuesta que se aplicó a los propietarios de las empresas

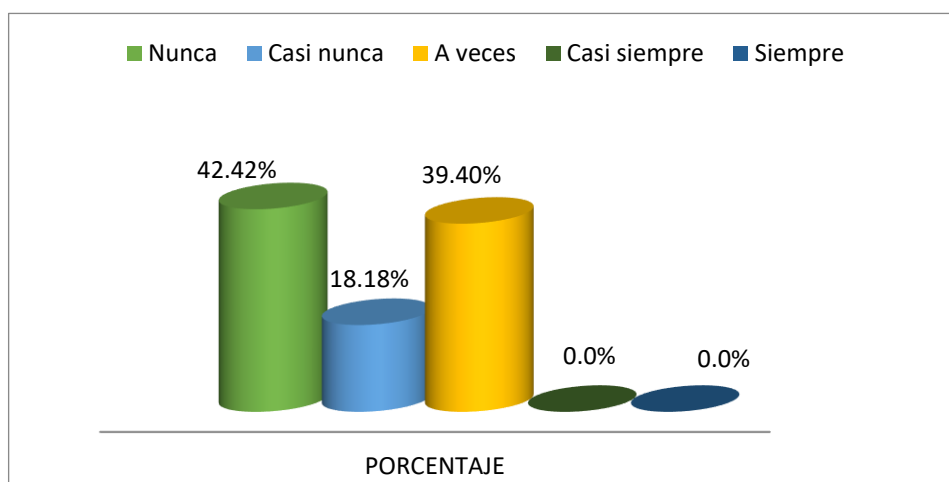


Figura 2: Registran operaciones

ANÁLISIS: El 39.40% del total de encuestas indicaron que a veces registran sus operaciones de las actividades, mientras que el 60.60% expresaron que casi nunca o nunca, esto se puede observar en la tabla 2.

COMENTARIO: Respecto a lo antes indicado, se puede comentar que la mayoría de las empresas, al no registrar las operaciones por cada actividad, no le será posible identificar los costos incurridos en cada una de ellas.

Tabla 3: Distribuye los costos comunes

ESCALA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Nunca	13	39.40%
Casi nunca	11	33.33%
A veces	9	27.27%
Casi siempre	0	0.00%
Siempre	0	0.00%
Total	33	100.00%

Fuente: Encuesta que se aplicó a los propietarios de las empresas

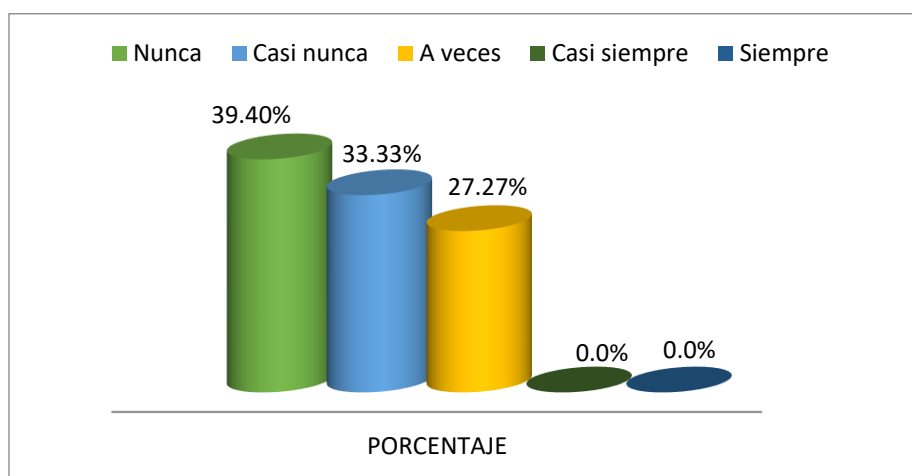


Figura 3: Distribución de costos

ANÁLISIS: La tabla 3, indica que, del total de encuestados, ante la pregunta sobre la distribución de los costos comunes, el 72.73% expresó que casi nunca o nunca lo hacen y un 27.27% a veces lo hacen.

COMENTARIO: Al no hacer una distribución adecuada de los costos comunes, esto podría generar una información errónea por lo que se podrían tomar decisiones equivocadas.

2. ASOCIACIÓN DE LOS CENTROS DE ACTIVIDAD

Tabla 4: Los costos son asociados a las actividades

ESCALA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Nunca	10	30.30%
Casi nunca	6	18.18%
A veces	16	48.49%
Casi siempre	1	3.03%
Siempre	0	0.00%
Total	33	100.00%

Fuente: Encuesta que se aplicó a los propietarios de las empresas

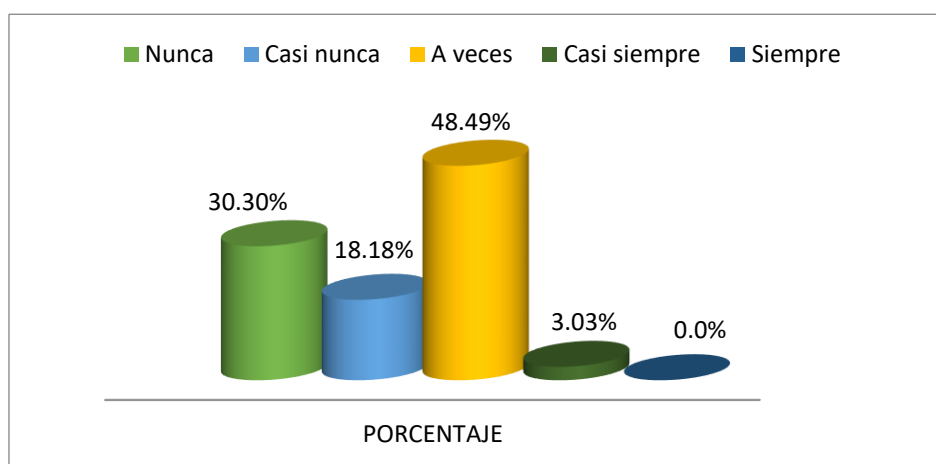


Figura 4: Costos asociados a las actividades

ANÁLISIS: Ante la pregunta sobre si los costos son asociados a las actividades, el 48.49% indicó que a veces lo hacen y un 48.48% que casi nunca o nunca, esto se puede corroborar en la tabla 4.

COMENTARIO: En razón a lo antes expuesto, debo manifestar que, al no asociarse los costos de acuerdo con sus actividades, no será posible hacer un análisis de la rentabilidad o de la generación de ingresos.

Tabla 5: Cuenta con una base de distribución de costos

ESCALA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Nunca	12	36.37%
Casi nunca	7	21.21%
A veces	14	42.42%
Casi siempre	0	0.00%
Siempre	0	0.00%
Total	33	100.00%

Fuente: Encuesta que se aplicó a los propietarios de las empresas

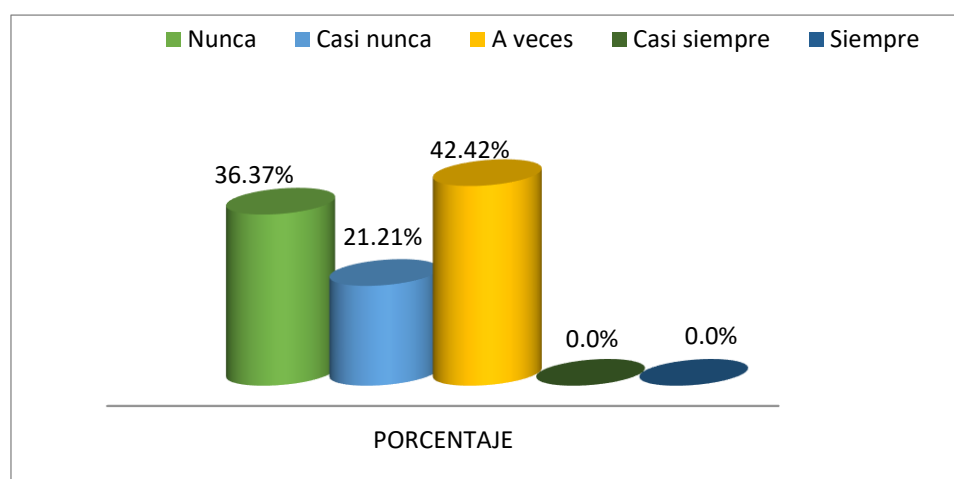


Figura 5: Base de distribución

ANÁLISIS: Teniendo en cuenta la tabla 5 y ante la pregunta sobre si cuenta con una base de distribución de costos, el 42.42% de los encuestados manifestaron que a veces lo toman en cuenta y un 57.59% manifestó que casi nunca o nunca lo hacen.

COMENTARIO: Cabe indicar que se debe de tener en cuenta las base de distribución de los costos comunes por actividad a fin de generar una adecuada afectación.

Tabla 6: Identifica los costos por cada actividad

ESCALA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Nunca	13	39.40%
Casi nunca	10	30.30%
A veces	9	27.27%
Casi siempre	1	3.03%
Siempre	0	0.00%
Total	33	100.00%

Fuente: Encuesta que se aplicó a los propietarios de las empresas

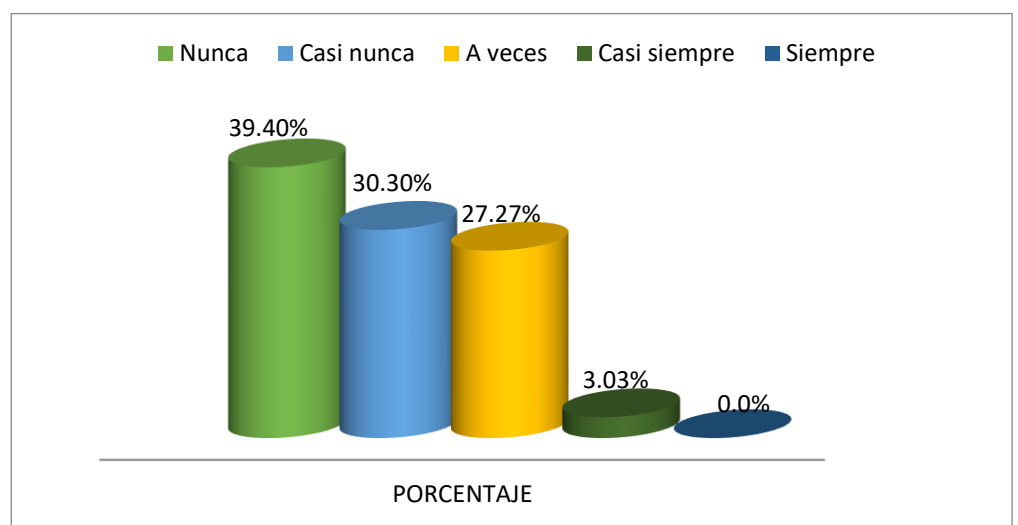


Figura 6: Identificación de Costos

ANÁLISIS: Según tabla 6 debo indicar que el 69.70% del total de encuestados indicaron que casi nunca o nunca identifican los costos por cada actividad.

COMENTARIO: Para un mejor análisis de las operaciones en la empresa, es preciso identificar los costos en cada una de ellas.

3. ASIGNACIÓN DE COSTOS A LOS OBJETOS

Tabla 7: El pago al personal de limpieza se imputa a varios departamentos

ESCALA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Nunca	9	27.27%
Casi nunca	11	33.33%
A veces	12	36.37%
Casi siempre	1	3.03%
Siempre	0	0.00%
Total	33	100.00%

Fuente: Encuesta que se aplicó a los propietarios de las empresas

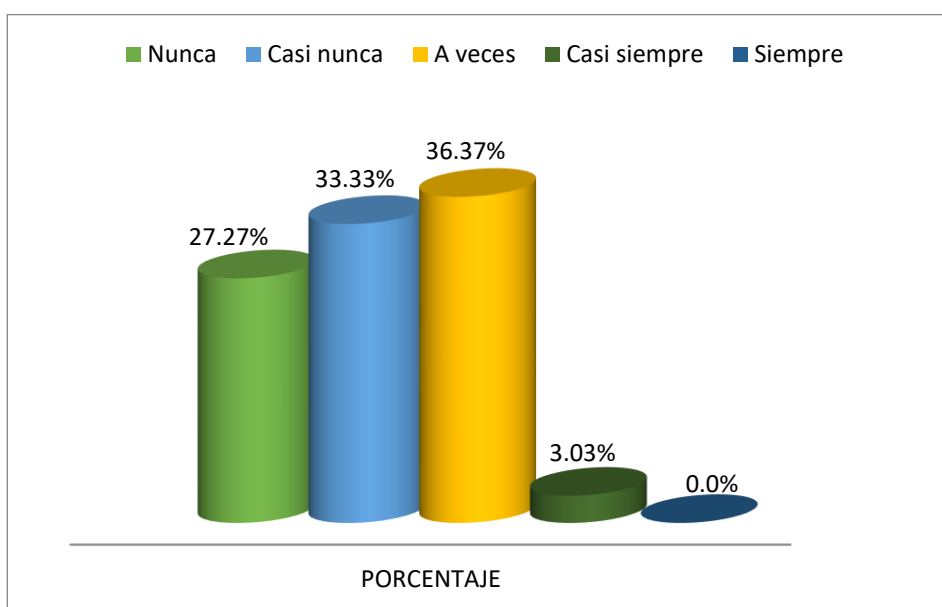


Figura 7: Gastos de Limpieza por departamento

ANÁLISIS: Ante la pregunta con respecto a que, si el pago a las personas de limpieza se imputa a varios departamentos, del total de los encuestados el 60.61% de los encuestados indicó que nunca o casi nunca lo hacen.

COMENTARIO: Teniendo en cuenta que es un costo común, es preciso indicar que éste se debe imputar a los departamentos que hicieron uso de ese servicio.

Tabla 8: La energía se imputa a varias áreas

ESCALA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Nunca	7	21.21%
Casi nunca	12	36.36%
A veces	13	39.40%
Casi siempre	1	3.03%
Siempre	0	0.00%
Total	33	100.00%

Fuente: Encuesta que se aplicó a los propietarios de las empresas

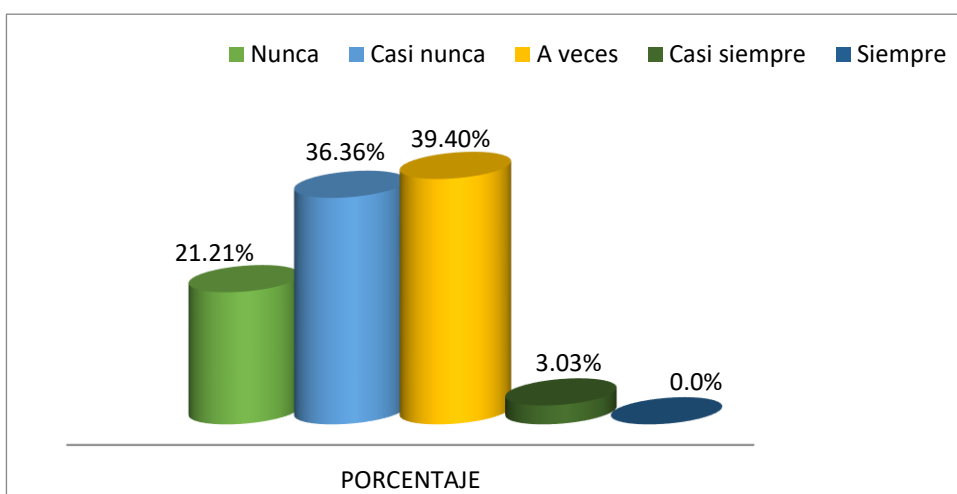


Figura 8: Energía por áreas

ANÁLISIS: En la tabla 8, se observa que el 57.58% manifestaron que casi nunca o nunca han considerado imputar el costo del consumo de la energía en diferentes áreas.

COMENTARIO: Teniendo en cuenta que es un costo común, es preciso indicar que éste se debe imputar a los departamentos que hicieron uso de ese servicio.

Tabla 9: La depreciación se distribuye en varios departamentos

ESCALA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Nunca	13	39.40%
Casi nunca	15	45.45%
A veces	3	9.09%
Casi siempre	2	6.06%
Siempre	0	0.00%
Total	33	100.00%

Fuente: Encuesta que se aplicó a los propietarios de las empresas

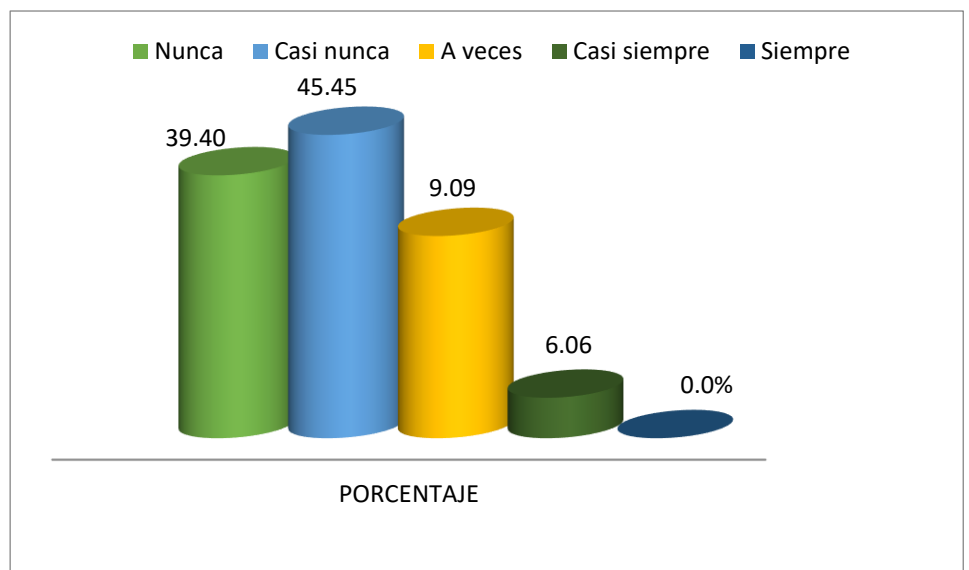


Figura 9: Depreciación por departamento

ANÁLISIS: Ante la pregunta de que, si la depreciación se distribuye en varios departamentos, se observa en la tabla 9 que el 84.85% responde que nunca o casi nunca lo hacen.

COMENTARIO: Teniendo en cuenta que es un costo común, es preciso indicar que éste se debe de distribuirse en los departamentos que lo generaron.

4.1.2. RENTABILIDAD HOTELERA

1. UTILIDAD BRUTA

Tabla 10: Se registran todos los ingresos de las actividades.

ESCALA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Nunca	1	3.03%
Casi nunca	8	24.24%
A veces	17	51.52%
Casi siempre	7	21.21%
Siempre	0	0.00%
Total	33	100.00%

Fuente: Encuesta que se aplicó a los propietarios de las empresas

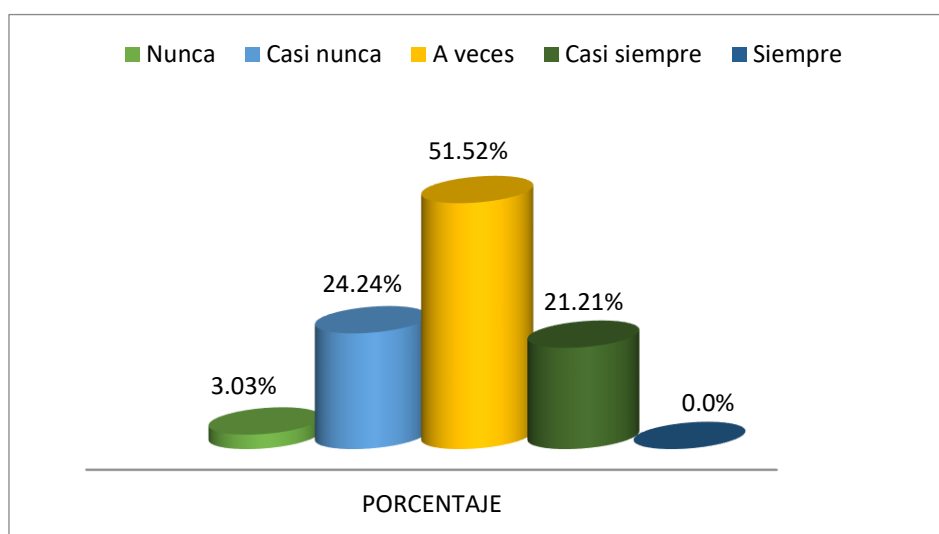


Figura 10: Registro de ingresos

ANÁLISIS: Según lo que se observa en la tabla 10, cabe manifestar que del total de encuestados el 51.52% expresó que a veces registran todos los ingresos de las actividades, mientras que un 24.24% indica que casi nunca.

COMENTARIO: Teniendo en cuenta esta información, el análisis de los ingresos generados por cada actividad nos permite tomar una mejor decisión.

Tabla 11: Se diferencian los ingresos del giro y otros.

ESCALA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Nunca	9	27.27%
Casi nunca	10	30.30%
A veces	12	36.37%
Casi siempre	2	6.06%
Siempre	0	0.00%
Total	33	100.00%

Fuente: Encuesta que se aplicó a los propietarios de las empresas

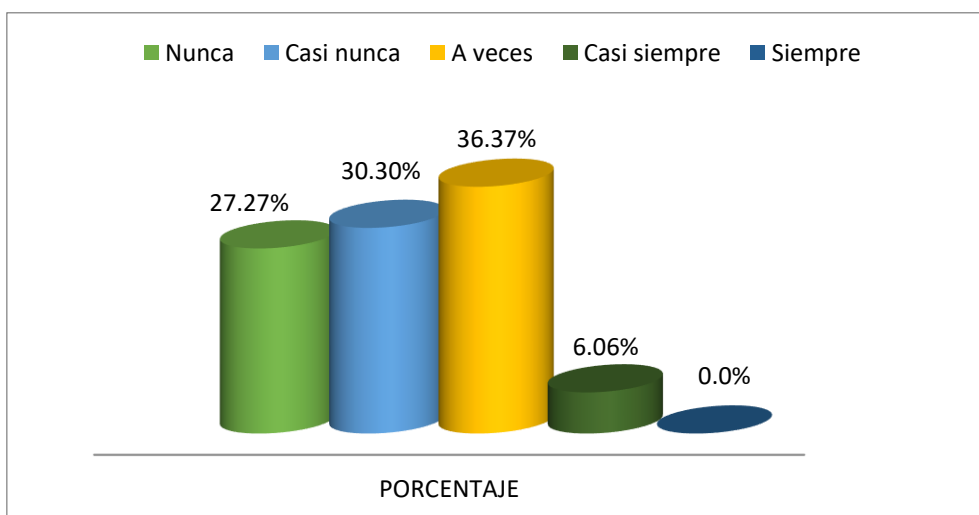


Figura 11: Diferencia de ingresos

ANÁLISIS: En la tabla 11 se puede apreciar que ante la pregunta sobre si se diferencian los ingresos del giro y otros, el 57.58%, manifestó que casi nunca o nunca lo hacen.

COMENTARIO: Es preciso manifestar que debemos hacer una diferenciación de los ingresos generados propiamente del giro y de otros, para de esta manera verificar si se está cumpliendo con los objetivos planteados por la empresa.

Tabla 12: Se determinan los costos del servicio

ESCALA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Nunca	7	21.21%
Casi nunca	8	24.24%
A veces	15	45.46%
Casi siempre	3	9.09%
Siempre	0	0.00%
Total	33	100.00%

Fuente: Encuesta que se aplicó a los propietarios de las empresas

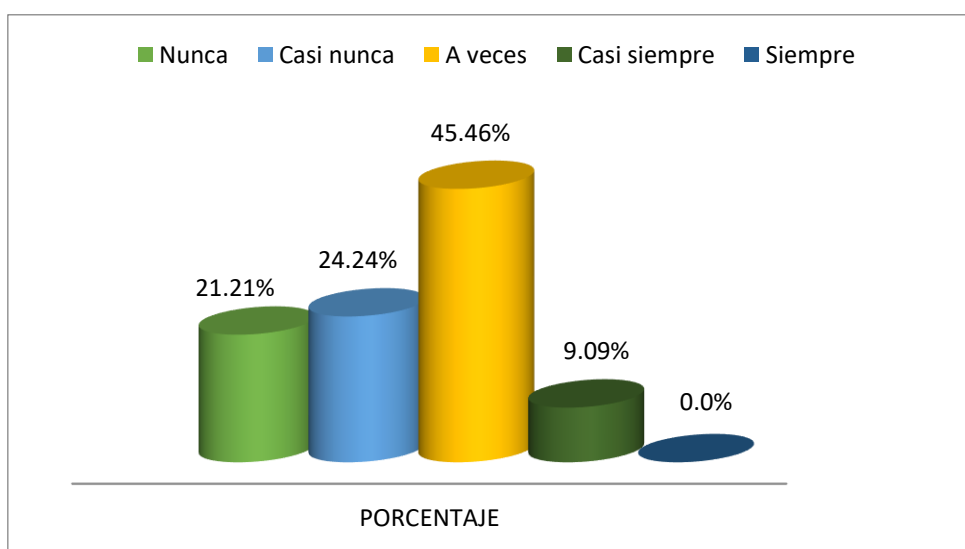


Figura 12: Costos del servicio

ANÁLISIS: Ante la pregunta de que si se determinan los costos del servicio el 45.46% expresó que a veces y un 45.45% manifestó que nunca o casi nunca lo hacen.

COMENTARIO: Es necesario determinar este cálculo a fin de poder verificar si ésta es rentable.

2. UTILIDAD OPERATIVA

Tabla 13: Se registran los gastos operacionales

ESCALA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Nunca	8	24.24%
Casi nunca	7	21.21%
A veces	17	51.52%
Casi siempre	1	3.03%
Siempre	0	0.00%
Total	33	100.00%

Fuente: Encuesta que se aplicó a los propietarios de las empresas

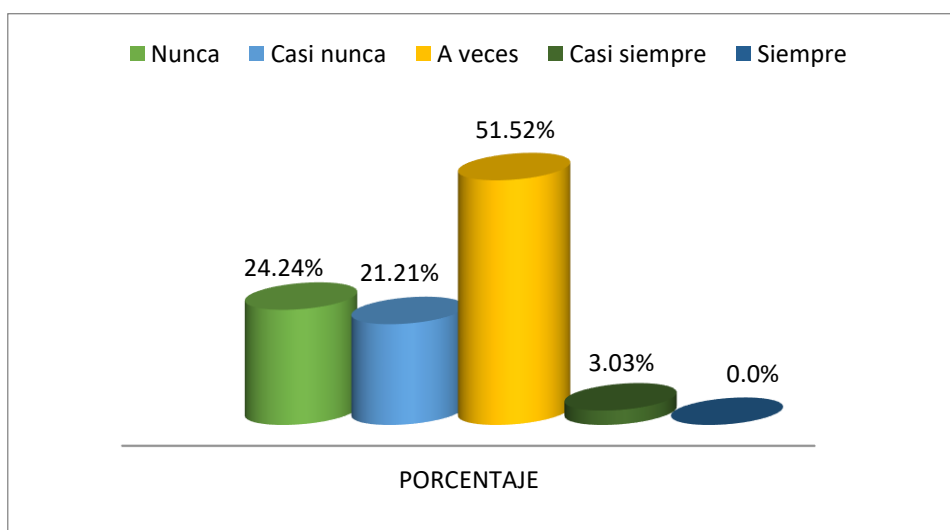


Figura 13: Requerimiento Oportuno

ANÁLISIS: Ante la pregunta si se registran los gastos operacionales, del total de encuestados expresaron que a veces lo hacen el 51.52% y un 45.45% que nunca o casi nunca. Según lo observado en la tabla 13.

COMENTARIO: Es necesario tener un orden de registro de los gastos a fin de poder hacer una diferenciación de los gastos incurridos por cada actividad.

Tabla 14: Se diferencian los gastos administrativos y de ventas

ESCALA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Nunca	9	27.27%
Casi nunca	7	21.21%
A veces	15	45.46%
Casi siempre	2	6.06%
Siempre	0	0.00%
Total	33	100.00%

Fuente: Encuesta que se aplicó a los propietarios de las empresas

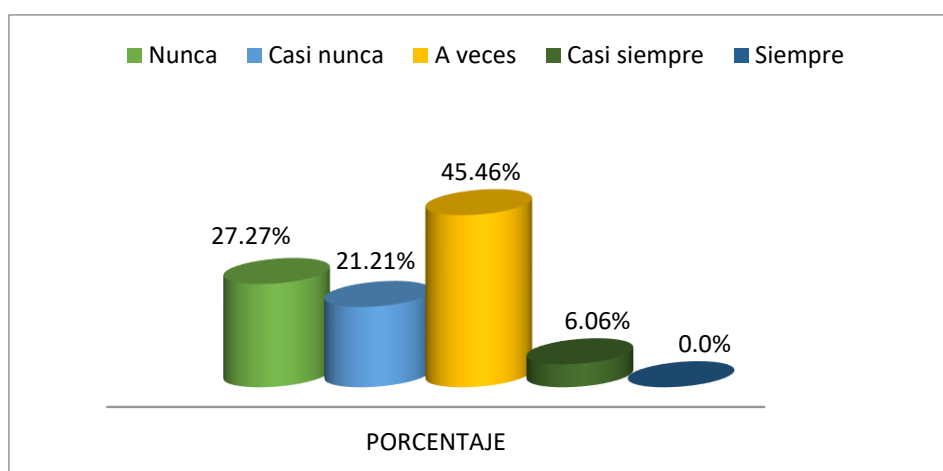


Figura 14: Gastos administrativos y ventas

ANÁLISIS: El 45.46% expresaron que a veces se diferencian los gastos administrativos y de ventas y un 48.48% expresaron que nunca o casi nunca lo hacen. Según tabla 14.

COMENTARIO: Es muy necesario hacer esa separación de gastos ya que con lo cual podemos analizar y tomar mejores decisiones.

Tabla 15: Se asignan gastos de acuerdo con cada actividad

ESCALA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Nunca	13	39.40%
Casi nunca	6	18.18%
A veces	12	36.36%
Casi siempre	2	6.06%
Siempre	0	0.00%
Total	33	100.00%

Fuente: Encuesta que se aplicó a los propietarios de las empresas

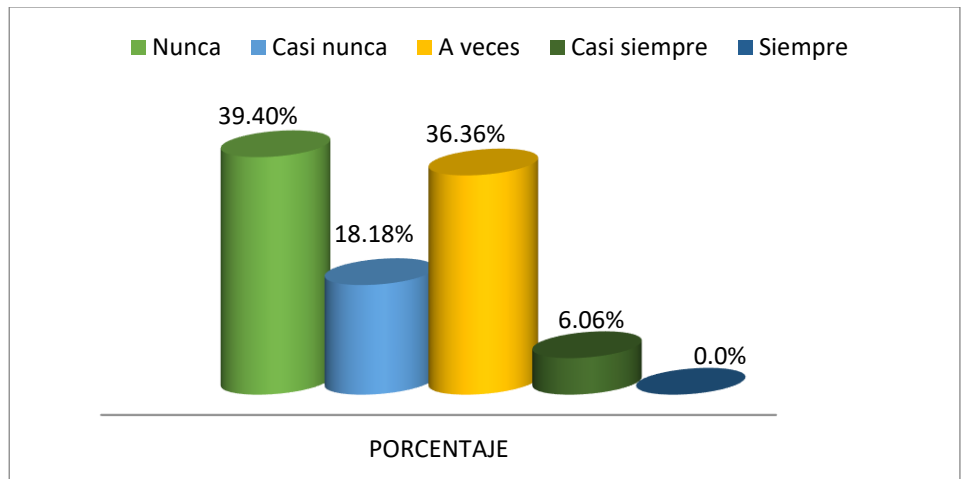


Figura 15: Gastos por actividades

ANÁLISIS: Según lo observado en la tabla 15, apreciamos que el 57.59% expresa que nunca o casi nunca asignan gastos de acuerdo con cada actividad y un 36.36% que a veces.

COMENTARIO: En razón al análisis anterior es preciso indicar que al no asignar los gastos de acuerdo con las actividades que lo generan, nos puede conllevar a tomar malas decisiones.

3. UTILIDAD MARGINAL

Tabla 16: Se ofrecen otros servicios a los clientes

ESCALA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Nunca	3	9.09%
Casi nunca	4	12.12%
A veces	15	45.46%
Casi siempre	11	33.33%
Siempre	0	0.00%
Total	33	100.00%

Fuente: Encuesta que se aplicó a los propietarios de las empresas

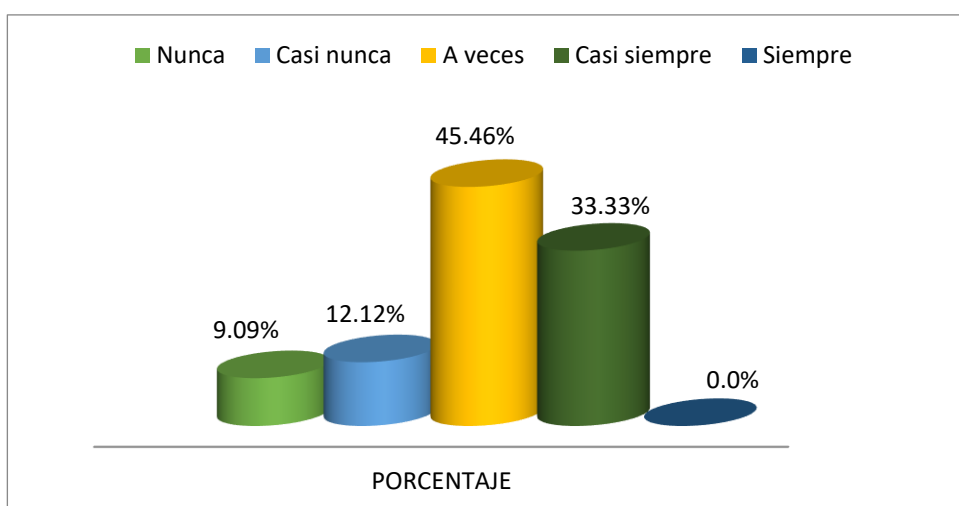


Figura 16: Otros Servicios

ANÁLISIS: En lo que corresponde a la pregunta si se ofrecen otros servicios a los clientes el 45.46% responde que a veces, un 33.33% que casi siempre y un 21.21% que nunca o casi nunca lo hacen, esto según tabla 16.

COMENTARIO: Es muy necesario brindar un variado servicio a los clientes a fin de buscar la fidelidad de estos.

Tabla 17: Se evalúa el nivel de satisfacción del cliente

ESCALA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Nunca	7	21.21%
Casi nunca	9	27.27%
A veces	15	45.46%
Casi siempre	2	6.06%
Siempre	0	0.00%
Total	33	100.00%

Fuente: Encuesta que se aplicó a los propietarios de las empresas

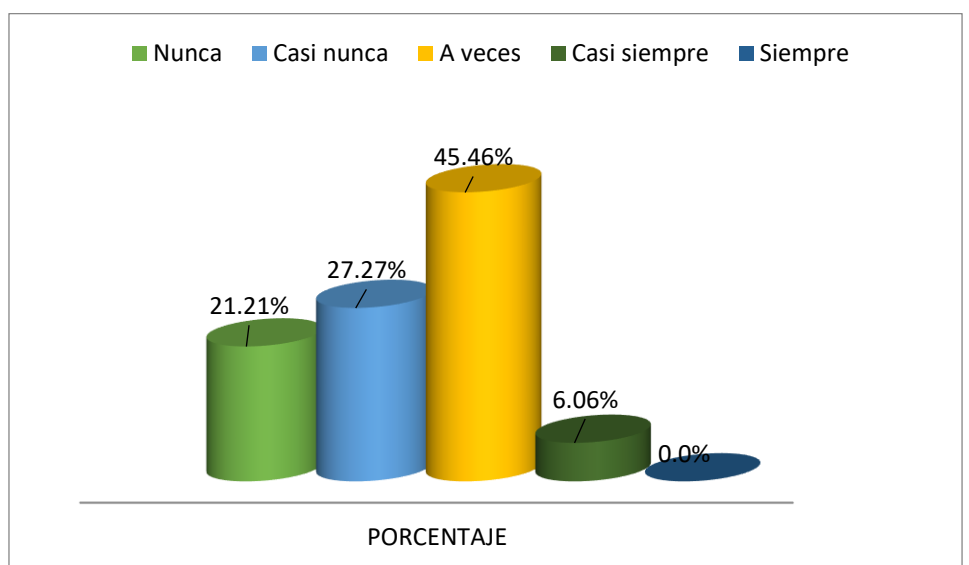


Figura 17: Nivel de Satisfacción

ANÁLISIS: Según tabla 17, podemos percibir que, del total de encuestados, el 45.46 % manifestó que a veces se evalúa el nivel de satisfacción del cliente y un 48.48% expresa que nunca o casi nunca lo hacen.

COMENTARIO: En razón a lo antes mencionado cabe indicar que, al no evaluar la satisfacción de los clientes, jamás podremos mejorar o fortalecer las actividades que se puedan mostrar débiles en la empresa o que no generen valor a la misma.

Tabla 18: Los clientes hacen uso del servicio seguidamente

ESCALA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Nunca	8	24.24%
Casi nunca	9	27.28%
A veces	14	42.42%
Casi siempre	2	6.06%
Siempre	0	0.00%
Total	33	100.00%

Fuente: Encuesta que se aplicó a los propietarios de las empresas

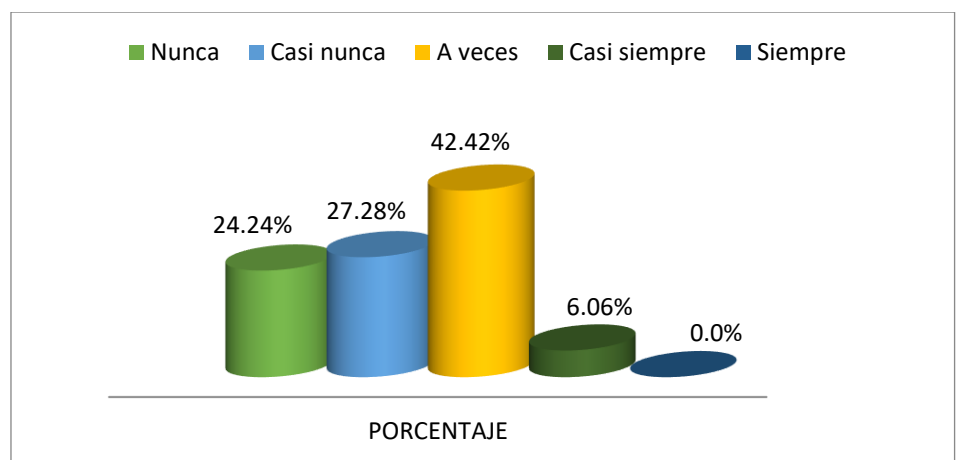


Figura 18: Uso del servicio

ANÁLISIS: Ante la pregunta de que, si los clientes hacen uso del servicio seguidamente, el 51.53 % indicó que nunca o casi nunca, un 42.42% expresó que a veces. Según lo indicado en la tabla 18.

COMENTARIO: Podemos expresar que debemos de analizar en qué la empresa está débil a fin de corregir esta actividad y lograr la continuidad de los clientes en el uso del servicio.

4.2. PROPUESTA

El principal objetivo de cualquier empresa hotelera es satisfacer la necesidad de calidez y confort con las personas, la infraestructura y las tecnologías adecuadas para facilitar el desarrollo de la organización y garantizar la mejora continua.

En lo que se refiere a principios y valores se afirma que las personas que desempeñan su actividad laboral en sus instalaciones se deben caracterizar por ser personas amables, alegres, trabajar en equipo, tener un alto espíritu de servicio para cumplir con las expectativas del cliente.

En este trabajo, se proponen tres fases:

A) Fase inicial: En el cual se ubican los centros de actividades.

Para ello debemos de:

1. Identificar los centros de costos.
2. Identificar las actividades vinculadas a los servicios básicos.
3. Identificar costos y gastos en cada centro de actividades, que no van a hacer asignados a los servicios básicos.

Localización de centros de actividades, por ejemplo, los siguientes servicios: Gimnasio, Cocina, Mensajes, Teléfono, Coctelería, Bar, discoteca, Restaurant, Telecable, Belleza y Piscina.

Este paso establece que los costos y gastos no se imputarán a los centros de actividades de los servicios básicos, sino a los costos indirectos relacionados con los servicios de cada uno de los centros, los cuales se encuentran divididos por la empresa hotelera.

B) Fase intermedia: Los costos se asignan a actividades pertenecientes a diferentes centros, por lo que las actividades se convierten en el núcleo del modelo. Se tendrán en cuenta los siguientes factores:

1. Identificación de actividades.
2. Elección de generadores de costos.
3. Reclasificar actividades.
4. Distribuir costos en actividades reclasificadas.

Centro de costos indirectos e identificación de actividades realizadas:

a) Lavandería exterior.

1. Recibir lencería.
2. Controlar lencería.
3. Trasladar bultos.

b) Servicio de seguridad y limpieza

1. Proteger.
2. Limpiar.

c) Servicio técnico

1. Reparación.
2. Mantenimiento.

d) Servicio de almacén

1. Recepcionar bienes.
2. Despachar bienes.
3. Ordenar.
4. Controlar movimiento de bienes.

e) Servicio de cocina

1. Preparación de comidas.
2. Servir.
3. Limpiar.

Identificación de generadores de costos por actividad.

Actividades realizadas	Generadores de costos
Recibir lencería.	Número de prendas
Controlar lencería	Número de paquetes
Trasladar bultos	Número de paquetes
Proteger	Número de puestos
Limpiar	Por metros cuadrados
Reparación.	Número de órdenes
Mantenimiento	Número de órdenes
Recepcionar bienes	Número de bienes recepcionados
Despachar bienes	Número de bienes a repartir
Ordenar	Número de bienes
Controlar movimiento de bienes.	Número de bienes
Preparación de comidas	Número de pedidos
Servir	Número de pedidos
Limpiar	Número de comensales

En esta sección se determinan los factores de costo y podemos determinar el costo unitario dividiendo el costo total de cada actividad entre el número de generadores de costos. El costo unitario representa el consumo de recursos requerido por cada actividad para lograr su objetivo.

C) Fase final: Podremos asignar los costos de las actividades directas correspondientes a los centros de costos, para lo cual seguiremos los siguientes pasos:

1. Asignación de costos indirectos o actividades a servicios esenciales.
2. Asignación de costos directos a los servicios básicos.

Como sabemos, los servicios esenciales son centros de costos que consumen actividades y estos consumen recursos, lo cual se tendrán en cuenta los factores generadores de consumo. Como resultado, el consumo de cada unidad de servicio básico es inmediatamente reconocible.

El consumo de cada actividad estará representado por la cantidad de prestaciones por esa actividad, con las que la actividad ha contribuido para formar el servicio básico, es decir, por inductores o generadores de costos que se gastan en diferentes niveles del proceso de servicio.

Para aplicar el sistema de costos ABC, a la empresa Hotelera se ha considerado distribuir en centros de costos, clasificados en:

a. Centros de costos productivos

1. Alojamiento,
2. Restaurante-bar y
3. Salón de eventos.

b. Centros de costos de apoyo

1. Administración,
2. Lavandería y
3. Teléfono.

Información general para determinar los ingresos

Tipo de habitación	Número de habitaciones	Tarifa por habitación	Porcentaje de participación del total

Tarifa de:

1. Alimentos y bebidas por huésped.
2. Alquiler de salón eventos por hora.

Asimismo, para la información de egresos se debe tener en cuenta:

3. Movimiento de inventarios.
4. Mano de obra.
5. Depreciación.

Distribución primaria de los costos generales distribuidos a los centros de costos

COSTOS/ ACTIV.	Centro de costos productivos/ Servicios básicos			Centro de costos de apoyo		
	ALOJ AM.	REST.	SALON DE EVENTOS	LAVA ND.	TELE F.	ADMINISTR.

Distribución secundaria de los costos de apoyo distribuidos a los centros de costos productivos

COSTOS/CENTRO DE APOYO	Centro de costos productivos/ Servicios básicos		
	ALOJAM.	REST.	SALON DE EVENTOS
Lavandería			
Teléfono			
Administración			
COSTO TOTAL	a	b	c
Cálculo de costo real por actividad según ABC			
Utilización real del servicio mensual	d. Habitaciones ocupadas	e. Platos vendidos	f. Horas de alquiler
COSTOS UNITARIO	a / d	b / e	c / f

Modelo tradicional

ACTIVIDAD PRODUCTIVA	INGRESOS	COSTOS	UTILIDAD
Alojamiento	Tarifa x habitac. Alquiladas/ mes	a	
Restaurant	Tarifa x Platos vendidos	b	
Salón de Eventos	Tarifa x Horas de alquiler	c	
TOTAL			

CAPITULO V

5. CONCLUSIONES

1. Habiéndose identificado las actividades en cada proceso del servicio, cabe indicar que la implementación del sistema de costeo ABC es de mucha utilidad para tener en cuenta en el momento de tomar alguna decisión ya que puede suministrar información oportuna.
2. Que las empresas hoteleras no cuentan con registros, formatos y procedimientos que permitan tener un mejor ordenamiento de las operaciones que se realicen durante el desarrollo de las actividades, lo que implica no contar con la información oportuna a fin de poder atender y solucionar posibles cambios en el mercado.
3. Las empresas hoteleras al no contar con registros oportunos, sus ingresos y egresos no son medibles por cuya razón se les es difícil determinar la rentabilidad que la empresa pueda generar en un periodo determinado.

CAPITULO VI

6. RECOMENDACIONES

1. Es muy necesario identificar las actividades que contribuyen con el desarrollo de la empresa hotelera, a fin de fortalecer la misma y que las decisiones que se tomen se basen en información oportuna como fijar precios; introducción de nuevos servicios, así como la adopción de nueva estructura organizacional que permita una coordinación entre el personal que labora en la misma.
2. El contar con los registros y formatos correspondientes, permite a la empresa hotelera recurrir a los mismos con el fin primordial de saber la situación en que la misma se encuentra en un periodo determinado. Es muy necesario contar con un control de movimiento de los bienes o inventario, control de la labor del personal de acuerdo por cada actividad que realiza y asimismo un control de la depreciación de activos.
3. El ordenamiento de las operaciones, tanto de ingresos como de egresos, a través de los registros, permite determinar oportunamente los resultados en un periodo dado. Así, el poder descomponer los costos en las actividades que se realizan, permitirá analizar en forma más detallada y realista, las posibilidades de controlar los costos incurridos buscando el origen de ellos para maximizar las ganancias sin perder calidad en los servicios que se ofertan.

CAPITULO VII

7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Flores, J (2006). Costos y presupuestos. Editorial CECOF Asesores
E.I.R.L. Perú.

Arévalo E. (2003). “La Importancia De La Administración Basada En
Actividades”. Guatemala.

Benítez, D. (2011). Implementación de un sistema de costos ABC para la
creación de una ventaja competitiva en la empresa “F & F KIDS”.
(Tesis de licenciatura, Universidad Privada del Norte).
Recuperado de
<<http://repositorio.upn.edu.pe/xmlui/bitstream/handle/11537/1324/Benites%20Lazaro,%20Dina%20Luc%C3%ADa.pdf?sequence=1&isAll owed=y>>

Burgos Burgos, J. E., Eras Agila, R. D., & Lalangui Balcazar, M. I. (2015).
Contabilidad de Costos. Machala, Ecuador: UTMACH.

Court, E. (2009). Aplicaciones para Finanzas Empresariales. Naucalpan
de Juárez: Pearson Educación de México SA.

Choy, E. (2012). Dilema de los costos en las empresas de servicios.
Revista Quipukamayoc, 20(37), 7-14.

Delgado, W. (2010). Diseño de un sistema de costos con el método ABC para el hotel la Giralda de la ciudad de Ibarra. (Tesis de licenciatura, Universidad del Norte). Recuperado de <[http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/491/1/02%20I C%2009 5%20TESIS.pdf](http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/491/1/02%20I C%2009%205%20TESIS.pdf)>

Escribano, M., & Jiménez, A. (2014). Análisis contable y financiero. Bogotá, Colombia: IC Editorial.

Garrido, P., & Iñiguez, R. (2012). Análisis de estados contables elaboración e interpretación de la información financiera. Madrid, España: Pirámide.

Henríquez, T. (2014): Modelo ABC – ABM para la gestión de costos en el sector hoteles de playa de los departamentos de la libertad y la paz. (Tesis de licenciatura, Universidad del Salvador). Recuperado de <<http://ri.ues.edu.sv/6661/1/Trabajo%20de%20graduaci%C3%B3n%20F59.pdf>>

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, L. (2015). Metodología de la investigación (6ta ed.). México D.F., México: McGraw-Hill.

- Herz Gherzi, J. (2013). Apunte de contabilidad Financiera. Lima:
Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas SAC.
- Juaréz Valdés, L. (2012). Principios de Contabilidad Enfoque
emprendedor. México DF: Cengage Learning Editores SA.
- Molina, H., Ramirez, J., Bautista, R., & de Vicente, M. (2015). Análisis de
estados financieros para la toma de decisiones. Madrid, España:
Delta publicaciones.
- Romero López, Á. J. (2010). Principios de Contabilidad (4ta Ed. ed.).
México.
- Rodas W. (2012). “Beneficios de Implementar un Sistema de Costeo
Basado en Actividades para mejorar la Gestión Estratégica de la
Empresa Molinos Selva en el Año 2011”. Perú.
- Tamayo, M. (2004). El Proceso de la Investigación Científica. México:
Limusa.
- Vizan S. (2012). “Propuesta Para La Aplicación Del Método De Costeo
Por Actividades ABC (Activity Based Costing) De La Industria
“Gráficas Olmedo” De La Ciudad De Quito”. Ecuador.

CAPÍTULO VIII

8. ANEXOS

Anexo N.º 1: Cuestionario

Estimado encuestado:

A continuación, se presenta un conjunto de enunciados para recoger información desde su percepción sobre el trabajo de investigación, siga usted las siguientes instrucciones:

1. Lea cuidadosamente y de forma clara los enunciados de las preguntas.
2. No deje preguntas sin contestar.
3. Marque con un aspa en sólo uno de los cuadros de cada pregunta.
4. 1. Nunca (N) 2. Casi Nunca (CN) 3. Algunas Veces (AV)
4. Casi Siempre (CS) 5. Siempre (S)

	Costos Basados en Actividades	ESCALA				
		N	CN	AV	CS	S
		1	2	3	4	5
	Identificación de centros de costos					
1	Identifican las actividades del servicio.					
2	Registra operaciones de cada actividad.					
3	Distribuye los costos comunes.					
	Asociación con los centros de actividad					
4	Los costos son asociados a las actividades.					
5	Cuenta con una base de distribución de costos.					
6	Identifica los costos por cada actividad.					
	Asignación de costos a los objetos					
7	El pago al personal de limpieza se imputa a varios departamentos.					
8	La energía se imputa a varias áreas.					
9	La depreciación se distribuye en varios departamentos.					

Fuente: Adaptación propia

	Rentabilidad hotelera	ESCALA				
		N	CN	AV	CS	S
		1	2	3	4	5
	Utilidad bruta					
1	Se registran todos los ingresos de las actividades.					
2	Se diferencian los ingresos del giro y otros.					
3	Se determinan los costos del servicio.					
	Utilidad operativa					
4	Se registran los gastos operacionales.					
5	Se diferencian los gastos administrativos y de ventas.					
6	Se asignan gastos de acuerdo con cada actividad.					
	Utilidad marginal					
7	Se ofrecen otros servicios a los clientes.					
8	Se evalúa el nivel de satisfacción del cliente.					
9	Los clientes hacen uso del servicio seguidamente.					

Fuente: Adaptación propia

Anexo N.º 2: Matriz de Consistencia

TEMA: INFLUENCIA DE LOS COSTOS BASADOS EN ACTIVIDADES PARA MEJORAR LA RENTABILIDAD HOTELERA DE LA PROVINCIA DE TUMBES - 2021

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	MÉTODO
Problema General	Objetivo General	Hipótesis General	Tipo: Descriptiva no experimental
¿Es posible que la influencia de los costos basados en actividades mejore la rentabilidad de las empresas hoteleras en la provincia de Tumbes?	Determinar que los costos basados en actividades influyen en la mejor rentabilidad de las empresas hoteleras en la provincia de Tumbes. 2021.	Los costos basados en actividades influyen para una mejor rentabilidad en empresas hotelera de la provincia de Tumbes.	Método: Deductivo – Inductivo
	Objetivos Específicos		Diseño: Descriptivo Correlacional
	Identificar las actividades en cada proceso del servicio.		Población: 33 empresas de alojamiento
	Determinar los registros contables de las operaciones financieras y económicas de la empresa.		Muestra: 33 empresas
	Determinar los costos e ingresos de la empresa.		Técnica: La Encuesta
	Proponer la estructura de costos ABC.		Instrumentos: El cuestionario
			Método de análisis de Investigación
		Para el análisis de los datos se usarán indicadores estadísticos, de la estadística descriptiva como, por ejemplo: La media, la varianza, la desviación estándar y el coeficiente de variabilidad. Para la contrastación de hipótesis se usará la estadística inferencial especialmente la prueba “t” Student; para lo cual se usarán las fórmulas correspondientes, el Excel y el paquete estadístico SPSS, versión 21	

Fuente: Adaptación propia.

Anexo N.º 3: Operacionalización de las Variables

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores
Variable Independiente Costos Basados en Actividades	Morillo (Como se citó en Backer 1997), "Los sistemas de costeo absorbentes son los que consideran y acumulan todos los costos de producción, tanto costos fijos como costos variables, éstos son considerados como parte del valor de los productos elaborados, bajo la premisa de que todos los costos son necesarios para fabricar un producto".	"El libro de contabilidad de costos, enfoque gerencial y de gestión el autor considera al costeo basado en actividades ABC como una metodología que mide el costo y el desempeño de actividades, recursos y objetivos de costo. Los recursos se asignan principalmente a las actividades; después, los costos de las actividades se asignan a los objetos de costo según su uso" (Amagua, 2012, pág. 73).	Identificación de centros de costos	Identifican las actividades del servicio.
				Registra operaciones de cada actividad.
				Distribuye los costos comunes.
			Asociación con los centros de actividad	Los costos son asociados a las actividades.
				Cuenta con una base de distribución de costos.
				Identifica los costos por cada actividad.
			Asignación de costos a los objetos	El pago al personal de limpieza se imputa a varios departamentos.
				La energía se imputa a varias áreas.
				La depreciación se distribuye en varios departamentos.

Fuente: Adaptación propia.

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores
Variable Dependiente Rentabilidad Hotelera	<p>Según Garrido & Iñiguez (2012), menciona que, “El propósito principal de la compañía se basa en maximizar la rentabilidad de los recursos financieros invertidos, sin embargo, no debe influir en el proceso productivo. La definición de rentabilidad sirve para evaluar el rendimiento realizado por la compañía.</p> <p>Por lo tanto, los ratios de rentabilidad recurren a factores que se generan en el estado de resultados, verificándose ventajas en la inversión realizada o fondos utilizados para obtener dicha utilidad.</p>	<p>Molina, Ramirez, Bautista & de Vicente (2015) “menciona que permite medir del desempeño, proporciona la forma eficiente de la gestión habilitando la semejanza entre empresas o la de la propia compañía en un determinado tiempo. La rentabilidad puede ser medida de acuerdo con dos aspectos: a) La inversión por los accionistas cuya acotación es la rentabilidad financiera y b) Los patrimonios oportunos para aumentar la actividad lo que se define como rentabilidad económica, uno de los principales factores es el capital para llevar a cabo un negocio”. (p.47)</p>	Utilidad bruta	Se registran todos los ingresos de las actividades.
				Se diferencian los ingresos del giro y otros.
				Se determinan los costos del servicio.
			Utilidad operativa	Se registran los gastos operacionales.
				Se diferencian los gastos administrativos y de ventas.
				Se asignan gastos de acuerdo con cada actividad.
			Utilidad marginal	Se ofrecen otros servicios a los clientes.
				Se evalúa el nivel de satisfacción del cliente.
				Los clientes hacen uso del servicio seguidamente.

Fuente: Adaptación propia.