



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS
Y ADMINISTRATIVAS**

ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

**ANÁLISIS DE COSTOS Y LA RENTABILIDAD DE LAS
EMPRESAS HOTELERAS EL TUMI Y LA JOYA EN LA
CIUDAD DE HUARAZ, 2017**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
CONTADOR PÚBLICO**

AUTOR:

BACH. NENA VERÓNICA RAMÍREZ ORELLANO

ASESOR:

DR. CPC. JUAN DE DIOS SUÁREZ SÁNCHEZ

HUARAZ – PERÚ

2018

JURADO EVALUADOR

DR. CPCC. Luis Alberto Torre García

Presidente

DR. CPCC. Félix Rubina Lucas

Secretario

MGTER. CPCC. Eustaquio Agapito Meléndez Pereira

Miembro

AGRADECIMIENTO

A Dios mi gratitud eterna, por ofrecerme su incondicional aliento cada vez que lo necesitaba, en la elaboración del presente trabajo de investigación.

Como estudiante de la **FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS, DE LA ESCUELA DE CONTABILIDAD**, expreso mi profundo y sincero reconocimiento y agradecimiento a la plana jerárquica y los Docentes de la ULADECH - CATOLICA, por haberme conducido por el camino del estudio, el trabajo y la superación, y de esta manera alcanzar mi profesión.

Al Dr. CPCC. Juan de Dios SUÁREZ SÁNCHEZ, docente tutor investigador por el apoyo que me ha brindado en la ejecución de la presente investigación; a mis padres y hermano por ser fuente de mi inspiración para cumplir mis metas profesionales.

VERÓNICA RAMIREZ

DEDICATORIA

La presente tesis la dedico especialmente a Dios porque me dio la sabiduría necesaria para superar los obstáculos que se han presentado en mi vida y me ha permitido concluir la carrera.

A mi padre en el cielo por guiarme y cuidar siempre de mí.

A mi madre porque con sus consejos, amor, enseñanzas; que me hicieron crecer como persona y sin duda alguna me ha permitido subir cada escalón de mi vida con éxito, siendo lo primordial para el logro de mis metas.

A mi hermano porque siempre estuvo presente con una palabra, su apoyo intelectual, consejos y compañía.

Y lo único que me queda por decirles es:
!!!Gracias por ayudarme a cumplir mis objetivos como persona y estudiante!!!

VERÓNICA RAMIREZ

RESUMEN

El objetivo logrado en la presente tesis es determinar la relación entre el análisis de costos y la rentabilidad de las empresas hoteleras el Tumi y la Joya en la ciudad de Huaraz, 2017. Tipo cualitativo nivel correlacional; diseño de investigación corte trasversal; población y muestra (población N =175 directivos y trabajadores) (muestra n = 60 directivos y trabajadores hoteleros); técnica e instrumento de recolección de datos(técnica = encuesta y observación) (instrumento = cuestionario); plan de análisis programa (tabulación en cuadros y gráficos = estadístico SPSS versión 15.00)(validación del hipótesis = estadístico CHI cuadrado (χ^2) con un margen de error de 5% y una precisión de 0.05.); Resultados: el 23% de la mayoría de la muestra los empleados tanto directivos y trabajadores son de 31 a 37 años de edad, el 60% de la mayoría de la muestra corresponden al sexo masculino, el 87% de la mayoría de la muestra ocupa el cargo de trabajador, el 57% de la mayoría de la muestra pertenece al nivel educativo superior técnico, el 83% de la mayoría de la muestra pertenece son solteros, un 100% de la totalidad de la población muestral afirma que las empresas hoteleras tienen una antigüedad de 10 años a más, un 100% de la totalidad de la población muestral afirma que laboran de 16 a más empleados en las empresas hoteleras, el 83% la mayoría de la muestra afirma que NO cuentan con cierto procedimiento o sistema que apoye la inspección minuciosa de los costos, el 97% la mayoría de la muestra señala que SI estaría de acuerdo en aplicar instrumentos de contabilidad de costos para lograr mejoras en los hoteles el Tumi y la Joya, el 80% la mayoría de la muestra señala que SI la aplicación y utilización de instrumentos de costos en los hoteles el Tumi y la Joya ayudara la toma de decisiones, el 87% la mayoría de la muestra señala que NO se sabe cuánto son los costos y gastos totales de las empresas hoteleras el Tumi y la Joya, el 87% la mayoría de la muestra señala que SI cree que necesario conocer los costos y gastos contables en los que realmente incurren las empresas hoteleras el Tumi o la Joya, el 97% la mayoría de la muestra señala que SI cree que al realizar un análisis de costos y gastos puede mejorar la rentabilidad de las empresas hoteleras el Tumi y la Joya, el 45% la mayoría de la muestra señala que CASI SIEMPRE aplican los elementos de costos para lograr mejoras en los hoteles el Tumi y la Joya, el 47% la mayoría de la muestra señala que A VECES aplican las clasificaciones de costos para lograr mejoras en los hoteles el Tumi y la Joya, el 100% la totalidad de la población muestral indica que SI al disminuir los costos y gastos puede aumentar la rentabilidad de la empresa, 100% la totalidad de la población muestral indica que SI existe una fuerte competencia en el sector hotelero en la ciudad de Huaraz. 100% la totalidad de la población muestral indica que SI aumenta la rentabilidad al disminuir costos y gastos de la empresa. Conclusión: la rentabilidad está asociada a un previo estímulo de costos y gastos, por lo que la rentabilidad depende del desempeño de los costos, por lo que se detalló que la relación es inversamente proporcional entre las dos variables, dando que cuando los costos disminuyen la rentabilidad aumenta y cuando los costos aumentan la rentabilidad disminuye. Aparte también se encontró algunas variables internas y externas a la que se encuentran asociados las empresas hoteleras que generan el incremento y disminución de la rentabilidad que esta ya queda fuera del ámbito de estudio.

Palabras Claves: análisis de costos - empresas – rentabilidad - hoteles.

ABSTRACT

The objective achieved in the present thesis is determining the relation between the cost analysis and the profitability of the catering companies the Tumi and the Jewel in the city of Huaraz, 2017. Qualitative guy level correlacional; Design of investigation transverse cut; Population and sample (population N 175 executives and workers) (show n 60 executives and catering workers); Technique and collecting instrument of data (technique polls and observation) (instrument questionnaire); Plan of analysis programs (checkered tabulation and graphics statistician SPSS version 15,00) (with one margin of error of 5 % and a precision of 0,05 validation of the hypothesis statistical square CHI (x2).); Results: 23 % of the majority of the sample employees as much directive and hardworking are from 31 to 37 elderly years, 60 % of the majority of the sample correspond to the masculine sex, 87 % of the majority of the sample occupies worker's position, 57 % of the majority of the sample belongs to the educational superior technical level, 83 % of the majority of the sample belongs they are single, one 100 % of all of the population muestral affirms that the catering companies have an antique from 10 years to more, one 100 % of all of the population muestral affirms than Labor from 16 the majority of the sample affirms that to more employees in the catering companies, the 83 % THEY DO NOT COUNT with certain procedure or system the fact that the majority of the sample backs up the thorough inspection of the costs, the 97 % points that if he would agree to apply instruments of cost accounting to the Tumi and the Jewel, the 80 % to achieve improvements in the hotels the majority of the sample points than SI application and utilization of instruments of costs in the hotels the Tumi and the Jewel help the decision making, the 87 % the majority of the sample points than NO himselfHe knows how much the cost and expenses of the catering companies are catering the Tumi and the Jewel, the 87 % the majority of the sample points that if he believes than necessary knowing the countable cost and expenses really they incur in the catering companies the Tumi or the Jewel, the 97 % the majority of the sample points that if he believes that when accomplishing a cost analysis and expenses the profitability of the catering companies can improve the Tumi and the Jewel, the 45 % the majority of the sample points out that ALMOST ALWAYS they apply the elements of costs to the Tumi to achieve improvements in the hotels and herJoya, the 47 % the majority of the sample points out that Sometimes they apply the classifications of costs to achieve improvements in the hotels the Tumi and the Jewel, the 100 % all of the population muestral indicates that if to decrease cost and expenses he can increase the company profitability, 100 % all of the population muestral indicates that if there is a strong competition in the hotel industry in the city of Huaraz. 100 % all of the population muestral indicates that if you increase the profitability when decreasing company cost and expenses. Conclusion: The profitability is associated to one previous I stimulate of cost and expenses, which is why the profitability depends on the performance of the costs, which is why it was detailed that the relation is inversely proportional between the two variables, giving that when costs decrease the profitability it increases and when costs increase the profitability it diminishes. Aside also found some internal and external variables to which the catering companies that generate the increment and decrease of the profitability that is already still outside the range of study find themselves associated. **Passwords:** Cost analysis profitability companies – hotels -

CONTENIDO

JURADO EVALUADOR	ii
AGRADECIMIENTO	iii
DEDICATORIA	iv
RESUMEN	v
ABSTRACT	vi
CONTENIDO	vii
INDICE DE TABLA	viii
I. Introducción	1
II. Revisión de Literatura	4
2.1. Antecedentes	4
2.2. Marco Conceptual	9
2.3. Hipótesis	28
d) Metodología	29
1.1. Diseño de Investigación	29
1.2. Población y Muestra	30
1.3. Definición y Operacionalización de Variables	31
1.4. Técnicas e Instrumentos de recolección de datos	33
1.5. Plan de Análisis	34
1.6. Matriz de Consistencia	35
1.7. Principios éticos de una encuesta	36
IV. Resultados	37
4.1. Resultados	37
4.2. Análisis de los Resultados	42
V. Conclusiones	50
VI. Recomendaciones	51
VII. Referencias Bibliográficas	52
VIII. Anexos	56

INDICE DE TABLA

	Pag.
Tabla N° 01.....	36
Tabla N° 02.....	37
Tabla N° 03.....	38
Tabla N° 04.....	40
Tabla N° 05.....	41
Tabla N° 06.....	36
Tabla N° 07.....	37
Tabla N° 08.....	38
Tabla N° 09.....	40
Tabla N° 10.....	41
Tabla N° 11.....	36
Tabla N° 12.....	37
Tabla N° 13.....	38
Tabla N° 14.....	40
Tabla N° 15.....	41
Tabla N° 16.....	36
Tabla N° 17.....	37
Tabla N° 18.....	38
Tabla N° 19.....	40
Tabla N° 20.....	41

I. Introducción

Presento a consideración del jurado la tesis titulada: “ANÁLISIS DE COSTOS Y LA RENTABILIDAD DE LAS EMPRESAS HOTELERAS EL TUMI Y LA JOYA EN LA CIUDAD DE HUARAZ, 2017”; en cumplimiento del reglamento de grados y títulos de la metodología de investigación de la ULADECH CATÓLICA - HUARAZ, para optar el título profesional de contador público.

La finalidad principal del presente trabajo es la de contribuir a superar los problemas que se presentan en el análisis de costos y la rentabilidad de las empresas hoteleras. No considero que sea un trabajo acabado ni mucho menos insuperable, solo refleja los conocimientos adquiridos durante mi permanencia en la ULADECH CATÓLICA - HUARAZ, el cual estoy segura será comprendido y aceptado, ya que se trata de una modesta contribución al servicio contable, financiero y administrativo. La ciudad de Huaraz es considerada una ciudad turística, debido a sus hermosos atractivos de la cordillera blanca, negra y sus magníficas quebradas, su explotación constituye una fuente de ingreso para las empresas hoteleras el Tumi y la Joya, donde en este contexto se ocupa una importancia para echar de ver y describir los costos, rentabilidad en el tema contable. Por lo que tiene la importancia y el propósito de echar a ver los elementos de costos de las empresas hoteleras el Tumi y la Joya, relacionándola con una parte importante que es la rentabilidad de los Hoteles, en la que una buena toma de decisiones puede producir mejores resultados o ganancias para los hotel, por ello nace la inquietud de realizar la presente investigación salta necesariamente para analizar la aplicación de costos y rentabilidad también tiene como objetivo la contribución con conocimientos en costos de servicios de hospedaje y rentabilidad respectivamente. La investigación

manifiesta su importancia ya que permitirá corregir deficiencias referentes al tema de costos, rentabilidad.

La determinación de costos es sumamente importante en las empresas ya que integra un sistema de información indispensable para la gestión, debido a que los análisis de los costos empresariales para la práctica son sumamente esenciales, y su desconocimiento puede traer riesgos para las empresas y en gran parte de los casos llevarla a su desaparición. De la misma manera la rentabilidad continúa siendo la motivación más importante para quienes invierten capital en una empresa y conocer los factores de los cuales depende la rentabilidad se constituye en un instrumento insustituible para controlar el crecimiento en una empresa. Usualmente las pequeñas y medianas empresas (PYMES) que no son rentables, experimentan graves problemas en su quehacer diario, debido a la falta de criterios claros de rentabilidad.

Las empresas hoteleras el Tumi y la Joya en la ciudad de Huaraz, se enfrentan a un entorno continuamente cambiante y altamente competitivo, caracterizado por una serie de particularidades como es la fuente turística, una importante rigidez derivada de una elevada inversión en infraestructuras, una dependencia de los operadores mayoristas, así como una creciente exigencia del cliente. Todos estos factores motivan un creciente interés por la calidad de la prestación del servicio y de la atención al cliente que a la vez generan grandes costos para generar rentabilidad, estas y entre otras son las variables o situaciones que fuerzan a las empresas hoteleras, a examinar la forma en que ofrecen y prestan el servicio a sus clientes donde se involucran los costos de servicios y rentabilidad, por ello es necesaria la aplicación para proporcionar los datos referentes a los costos de servicio, para la evaluación, forma y control, y de esta manera impulsar el crecimiento y/o

rentabilidad. Ya que el hotel está caracterizado por la prestación de un conjunto de servicios claramente diferenciados principalmente dedicados a las actividades de alojamiento y restaurante. En realidad, estas empresas ofrecen una extensa variedad de servicios, combinables entre sí, completamente heterogénea e intangible en su mayoría. Esta característica principal de los hoteles tiene la necesidad de un cálculo exhaustivo de los costos de servicio en los que incurren para el conocimiento profundo de su gestión, en aras a una mejora del proceso de toma de decisiones así mismo tener una buena organización empresarial.

Según Zamora (2010), organización empresarial, la falta de organización lleva a crear malos entendidos y estos consumen mucho tiempo, ya sea que no se tiene el preciso control de las actividades que se realizan o de los roles dentro de la organización. Muchas veces el personal de la empresa no sabe qué es lo que tiene que hacer, cuándo lo tiene que hacer o cómo lo va a hacer, esto puede crear conflicto trayendo como consecuencia enojos, frustraciones y lo más grave ineficiencias. La presente investigación conoce los costos, rentabilidad respectivamente, manifiesta su relevancia puesto que permitirá mejorar deficiencias lo que favorece el desarrollo de las empresas.

Finalmente es necesario conocer el objetivo: Determinar la relación entre costos y rentabilidad de las empresas hoteleras el Tumi y la Joya en la ciudad de Huaraz, 2017. La comprensión y conocimiento de los costos de servicio y la aplicabilidad de estos en los hoteles, influye en la rentabilidad obtenida en cada fin de ejercicio. Por lo que es sumamente necesaria conocer los costos de servicio del hotel, para evaluar, formular y controlar, estas e impulsar el crecimiento de la rentabilidad de los hoteles.

II. Revisión de Literatura

2.1. Antecedentes

a) Antecedentes Internacionales:

Rodríguez (2015), “Factores determinantes de la rentabilidad de los bancos en los países del Mercosur, un enfoque contable”. Universidad Nacional de Córdoba. Tesis doctoral. Su objetivo fue evaluar si los estados contables de las instituciones bancarias que actúan en los países del Mercosur producen información que posibilite a los usuarios conocer los factores que determinan la rentabilidad de estas instituciones. Su metodología para identificar la relación empírica entre la rentabilidad de los bancos de los países del Mercosur y sus probables determinantes fue mediante un modelo básico de análisis de rentabilidad. En conclusión, los resultados de los estudios realizados permiten concluir que, a partir de los datos de la contabilidad, es posible estimar los determinantes de la rentabilidad de las entidades bancarias. Esto ocurre tanto cuando los determinantes son factores internos, capaces de ser gestionados por la administración de la institución, como cuando son factores externos, que afectan las instituciones de una forma general y, sobre los cuales, una institución sola tiene poca gestión.

Cabrera (2012), Implementación de un sistema de contabilidad de costos y su incidencia en la presentación de estados financieros de la empresa siderúrgica fundiciones aceros industriales Mejía Villavicencio FIAM CIA LTDA. Universidad politécnica salesiana. Cuenca - Ecuador. El objetivo es la implementación de la contabilidad de costos para transmitir información financiera a la dirección para que esta pueda planificar, evaluar y controlar los recursos, para lograr la determinación de costos. La "Empresa Siderúrgica Fundiciones Aceros Industriales Mejía

Villavicencio FIAM Cía. Ltda.", es una empresa familiar perteneciente a los Señores Mejía y se ubica en el sector de la pequeña industria metalmecánica, localizada en la ciudad de Cuenca; se dedica a la producción de maquinaria menor para la Construcción como: Carreteras, Buguis, Cilindros de Hormigón y Parihuelas. En la actualidad la Empresa no cuenta con un sistema de costos; y el precio final de las maquinas producida son calculados de manera estimativa de acuerdo a la experiencia en trabajos realizados en años anteriores y al conocimiento aplicado por parte de la gerencia. Además, la contabilidad de la empresa está basada en el registro de compras y ventas de inventarios, en donde los costos de producción son enviados directamente al gasto, generando una simple contabilidad comercial. El costeo por procesos es una metodología que mide el costo en industrias de producción ininterrumpida y repetitiva. El énfasis se pone en la producción de un período dado semana, mes, año, día, etc. La producción se destina para satisfacer las necesidades de almacén y de los clientes. En la empresa FIAM se considera que el sistema e costeo a usarse es el de procesos debido fundamentalmente a el proceso productivo cumple los condicionamientos de este sistema, ya que la producción de los artículos se realiza a través de etapas claramente diferenciadas. En la empresa es necesario garantizar un control preciso de los recursos con que cuenta la entidad, un registro adecuado de los hechos económicos que permitan conocer lo que cuesta producir para ver cuál eficiente es la misma y así poder tomar decisiones en todos los niveles directivos.

b) Antecedentes Nacionales:

Merino (2014), sistema de costos y su efecto en la rentabilidad de la empresa ganadera Productos Lácteos del Norte S.A.C. del Distrito de Santiago de Cao, Año 2015. Universidad Cesar Vallejo. Trujillo. El objetivo de la investigación determinar el efecto de un sistema de costos en la rentabilidad de la empresa ganadera productos lácteos del Norte S.A.C. del Distrito de Santiago de Cao, año 2015. Su metodología de diseño de investigación fue de tipo no experimental ya que las variables no fueron manipuladas, por lo tanto, solo se observó la información obtenida tal como se presentó sin realizar alguna modificación y lo que se realizó fue una observación. En conclusión mediante el análisis de la rentabilidad según tabla 3.5 muestra que del año 2014 – 2015 la rentabilidad operativa tuvo una variación de 0.1% por lo que explica que en el año 2014 sus ventas netas fueron de S/.1.373.382,91, a comparación del 2015 que fue de S/.1.596.956,87. La rentabilidad neta nos muestra variación de 0.09%, es decir tuvo una mayor utilidad en el 2015. Por otra parte el ROE varió de 0.11% en el 2014 a 0.17% en el 2015 debido a la elevación de su patrimonio en el 2014

Hernández (2016), sistema de costos de producción y su influencia en la determinación del costo y precio de las comidas de la empresa el paisa E.I.R.L., distrito de cusco, período agosto octubre del 2016. Universidad Antenor Orrego. Trujillo. El objetivo fue determinar que el sistema de costos de producciones específicas influye en la mejora del costo y precio de las comidas de la empresa El Paisa E.I.R.L., distrito de Cusco, periodo agosto-octubre del año 2016. En conclusión, Según el diagnóstico de la situación actual de los costos y precios de las comidas de la empresa EL PAISA E.I.R.L., de la ciudad del Cusco, ha permitido

comparar de manera objetiva el costo real y el costo estimado por la empresa, para la preparación de sus principales potajes, reflejando una disminución del costo de producción de los mismos, en un promedio de 29,60%.

Peralta (2016), aplicación de un sistema de costos para mejorar la rentabilidad del restaurant J&L S.A.C., Bagua 2015. Universidad Señor de Sipan. Pimentel – Perú. Su objetivo fue determinar el efecto de un sistema de costos en la rentabilidad del Restaurant J&L S. A. C. Metodología de investigación fue descriptiva. En conclusión, logró determinar el sistema de costos del Restaurant J & L S.A.C, donde ha resaltado, que el 77 % de las personas entrevistadas han opinado que desconocían de la capacidad de producción de la empresa, además mencionan que los precios se fijan de acuerdo al menú del día, teniendo en cuenta la cantidad de ingredientes a utilizar y precios de los productos. El restaurant intervenido vende al día un promedio de 200 platos de comida divididos en 12 diferentes comidas, cada plato para prepararlo se invierte S/ 3.38 y es ofertado a S/4.00, observándose una mínima ganancia. El 100% opinaron que CASI SIEMPRE, se realiza una hoja a detalle previa compra. El 100% opinan que NUNCA, los insumos son debidamente controlados antes de su utilización. Y asimismo el 100% opinan, que NUNCA, se realizan inventarios al final del día., el 100% opinan NUNCA, se conoce acerca de los conceptos de las órdenes de trabajo.

Albujar (2014), “estrategias de control de inventarios para optimizar la producción y rentabilidad de la empresa AGRO MACATHON S.A.C.”. Universidad Autónoma del Perú. Lima-Perú. Su objetivo fue diseñar una Estrategia de control de Inventarios para optimizar la producción y rentabilidad de la empresa Agro Macathon SAC. La metodología fue la observación este método implica la

recopilación y presentación sistemática de datos para dar una idea clara de una determinada situación. Las ventajas que tiene este estudio es que la metodología es fácil, de corto tiempo y económica. Su conclusión fue entre los puntos críticos que existen en la empresa tenemos que no cuentan con datos precisos en la preparación de los alimentos, ya que no existe un control de los insumos utilizados ni cuentan con parámetros establecidos sobre las cantidades requeridas siendo su empleo arbitrario.

c) Antecedentes Locales:

Ojeda (2016), los costos basados en actividades (ABC) y su influencia en la rentabilidad del gran hotel alturas de la ciudad de Huaraz, periodo 2014-2015. Universidad Santiago Antúnez de Mayolo. Huaraz - Ancash – Perú. El contenido de la presente tesis, tiene como objetivo principal el evaluar la incidencia del Sistema de Costos ABC En la rentabilidad del Gran Hotel Alturas dela ciudad de Huaraz, periodo 2014-2015. Debido a que el Gran Hotel Alturas EIRL, carece de un sistema de costos, que le facilite a la gerencia general planear, tomar decisiones y ejercer un control de costos adecuado, es que surgió la necesidad de determinar y evaluar un sistema de Costo ABC que proporcione una información confiable, oportuna y lo más exacta posible sobre el costo de sus servicios, para una correcta toma de decisiones por la gerencia general. La hipótesis establece la influencia del Sistema de Costos ABC en la rentabilidad del Gran Hotel Alturas, 2014-2015. Los resultados de la investigación confirman la hipótesis, por lo tanto, se concluye que si se determina y se distribuye adecuadamente los costos indirectos; entonces se lograría mejorar la rentabilidad de Gran Hotel Alturas de la Ciudad de Huaraz. La recomendación formulada sugiere que la gerencia del Gran Hotel Alturas de la Ciudad de Huaraz es responsable del desarrollo de la misma, por lo cual están obligados a conocer los

costos de los servicios que ofrecen, en coordinación con sus contadores deben implementar un sistema de costo no tributario, sino administrativo que proporcione información del costo en los que se incurre en cada actividad específica, y por medio de estas, determinar un adecuado precio del servicio brindado. Finalmente se detalla el procesamiento y análisis de los datos, los mismos que son producto de la aplicación del método inductivo, los datos estadísticos que sostienen esta investigación, provienen del análisis documental realizado el cual permitió evidenciar un nivel de significación directa entre el Sistema de Costo ABC con la rentabilidad de Gran Hotel Alturas.

Huamán (2008), La estrategia de costos y su incidencia de los resultados en las empresas hoteleras de la provincia de Huaraz. (Tesis inédita de maestría). Universidad Santiago Antúnez de Mayolo. Huaraz - Ancash - Perú, Indica que para las empresas hoteleras la estrategia de costos, le permite tomar mejores decisiones, incrementar aquellos activos que son de alto valor, aumentar los ingresos. La metodología que se utiliza en este trabajo, consiste en el análisis y revisión de procesos que influyen en la estrategia de costos por la empresa como algo central en la estrategia de la empresa. Para su ejecución, se hace un levantamiento de la situación actual en cuanto a los procesos, responsabilidades y confiabilidad de la información existente, que afectan la rentabilidad.

2.2. Marco Conceptual

2.2.1. Empresa

Según, Donayre (2010), constitución, economía y empresa en el Perú. Señala que las empresas constituyen las principales generadoras de empleo en el Perú, que, a pesar de la crisis económica internacional, el escenario

económico nacional pasa momentos verdaderamente envidiables. Y a pesar, bajo esta coyuntura, estamos en condiciones de atraer inversión y, con ello, elevar la actividad empresarial, con el consiguiente efecto mejora de la calidad y condición de vida de todos los peruanos.

No obstante, para que estas expectativas lleguen a buen puerto, es preciso no solo contar con el compromiso del Estado para establecer políticas públicas adecuadas y continuar por el camino de crecimiento económico sostenido y responsable, sino también con un marco normativo idóneo. Se trata de que las normas jurídicas sean verdaderos promotores de la eficiencia y el desarrollo económico, antes que obstáculos para generar riqueza y bienestar social.

Precisamente de esta premisa se abordan las principales libertades económicas, las obligaciones sociales y jurídicas que se derivan como producto de su ejercicio, así como los mecanismos para resolver los conflictos que se susciten en la dinámica del comercio y de la inversión. Sin duda, generar una empresa en plena actualidad y sumamente útil para quien desee hacer empresa en nuestro país.

2.2.2. Empresas no industriales o de servicio

Según, Rodríguez (2012), economía y desarrollo. Define que las empresas de servicios tienen características particulares en general no emplean materia prima no transforman su materia en producto, si se consume materia prima para dar servicio por lo cual se adaptan de las empresas industriales deben ser adaptadas para las empresas de servicios o incluso para los aspectos de servicio que deben desarrollar cualquier tipo de

organizaciones. Las características fundamentales de los servicios son las siguientes:

- No son materiales, no se pueden inspeccionar previamente ni almacenar.
- Se facilitan simultáneamente con su elaboración.
- A veces el cliente toma parte activa en la prestación del servicio.

A todo ello podría unirse el hecho de que los clientes suelen dar mayor importancia al servicio que a cualquier otra característica del suministro.

a) Importancia del cliente

Para obtener dinero, la empresa está obligada a fabricar productos o prestar servicios, pero estas obligaciones no son más que engorrosas exigencias para conseguir la mayor cantidad posible de recursos económicos. Pues bien, es el cliente el que aporta el dinero a la empresa. En resumen, los consumidores, cada vez más comienzan a exigir excelencia a cambio de su dinero y demandan, Los clientes se consideran a veces insatisfechos, maltratados y engañados, mientras que los equivocados directivos de las empresas buscan la causa de su escasa rentabilidad en cuestiones técnicas o de economía interna. Tener los intereses del cliente “en el corazón” no constituye una postura puramente altruista. Un cliente bien tratado durante y después de la primera compra, será un cliente fiel. Y cada cliente fiel representa una renta a largo plazo y un flujo acumulado de beneficios de compras futuras, especialmente si, como ocurre en la sociedad en que vivimos, su poder de compra se incrementa de forma considerable.

b) Caracterización del cliente

La caracterización de sus clientes, suele ser mucho más variable la técnica del marketing porque nos ayuda a conocer las preferencias del mercado y a definir los productos o servicios con el que hemos de satisfacerlo. En el caso del servicio debemos ser muy cuidadosos y objetivos al desarrollar este tipo de estudios, dado que nuestro objetivo debe ser presentar una oferta de prestación de servicio selectiva y personalizada. Para dar un buen servicio no es necesario dar lo mejor ni lo más perfecto, sino acertar en lo que al cliente le gusta y asegurar que disfruta al máximo de lo que se le da.

2.2.3. Empresas hoteleras

Según, Luckie (2007) contabilidad hotelera, define que: el sector hotelero necesita herramientas administrativas de costos y rentabilidad, como cualquier otra empresa, que la ayudan a operar de manera organizada, competitiva y rentable, ya que no podría subsistir sin un control adecuado y una supervisión eficaz de su funcionamiento.

Esta empresa hotelera desarrolla principales aspectos comenzado por el turismo ya que el turismo como fenómeno social y actividad económica es una realidad asumida desde hace muchos años por lo que se puede decir que actualmente el sector turístico está pasando por una etapa de desarrollo y crecimiento.

2.2.4. Establecimiento de hotel

- a) Reglamento de establecimiento de hospedaje DECRETO SUPREMO N° 001-2015-MINCETUR, (Lima 8 de junio de 2015) indica que:

1. **Objetivo:** Que el presente reglamento establece las disposiciones para clasificación, categorización, operación y supervisión de los establecimientos de hospedaje: así como las funciones de los órganos competentes en dicha materia.
2. **Ámbito de aplicación:** Las disposiciones contenidas en el presente reglamento, deben ser aplicadas por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo –MINCETUR, los Gobiernos Regionales, la Municipalidad Metropolitana de Lima y por los establecimientos de hospedaje.
3. **Clases y categorías de hospedajes:** Los establecimientos de hospedaje solicitaran al órgano competente, su clasificación y/o categorización, cumplimiento para tal efecto con los requisitos de infraestructura, equipamiento, servicio y personal establecido. Los establecimientos de hospedaje se clasifican y/o categorizan en la siguiente forma:

Clase	categoría
1 hotel	Una a cinco estrellas
2 Apart hotel	Tres a cinco estrellas
3 Hostal	Una a tres estrellas
4 Albergue	

- b) **Norma Sanitaria para Restaurantes y Servicios Afines en el portal** institucional del Ministerio de Salud RESOLUCIÓN MINISTERIAL N° 516-2016/MINSA. Ley que permite comercio de alimentos y bebidas destinados al consumo humano están sujetas a vigilancia higiénica y sanitaria, en protección de la salud, y que un alimento es legalmente apto para el consumo humano cuando cumple con las características establecidas por las normas sanitarias y de calidad aprobadas por la Autoridad de Salud de nivel nacional, respectivamente.

2.2.5. Costo

Altahona (2009), libro practico sobre contabilidad de costos. En un amplio sentido financiero, es todo desembolso de dinero (o su equivalente) para obtener algún bien o servicio. El desembolso económico puede corresponder a un Costo o específicamente a un Gasto. Serán Costos los desembolsos causados en el proceso de fabricación o por la prestación de un servicio: sueldos y salarios del personal de la planta de producción, materias primas, servicios públicos relacionados con el proceso productivo, etc.

- Acumular los datos de costos para determinar costo unitario del producto fabricado.
- Facilitar información para la planificación de los procesos productivos.
- Contribuir al control de los procesos productivos.
- Facilitar información para la elaboración de presupuestos generales y estudios económicos de la empresa.
- Facilitar la racionalidad en la toma de decisiones

Giraldo (1998), contabilidad de costos y calidad total. Lima: Tomo I, Primera Edición. Nos dice que: "En un sentido general, costo es lo que hay que entregar para conseguir algo, lo que es preciso pagar o sacrificar para obtenerlo, ya sea mediante la compra, el intercambio o la producción. En este último caso el costo representa lo que hay que entregar a cambio para obtener los diversos insumos que se necesitan para su producción". Se denomina costo a todos los desembolsos relacionados con la producción, puesto que se incorporan en los bienes producidos y quedan por lo tanto capitalizados en los inventarios hasta tanto se vendan los productos. Estos desembolsos están

relacionados con Materiales Directos (MD), Mano de Obra Directa (MOD) y Costos Indirectos de Fabricación (CIF) necesarios para convertir la materia prima en productos terminados con la integración del elemento humano (Trabajadores) y el elemento técnico (las maquinas). También podemos afirmar que costos es aquel desembolso en se incurre directa o indirectamente en la adquisición de un bien en su producción.

2.2.6. Elemento del costo

- a) **Materia Prima.** - Giraldo (2008), contabilidad de costos a valores históricos y predeterminados (Tomo II). Señala que: Es el primer elemento de costo de Producción, su naturaleza proviene de la materia prima sin sufrir transformación alguna, la materia prima es el elemento que se convierte en producto terminado, sin ella no sería factible llevar a cabo el proceso de transformación, son aquellos que se identifican con el producto ya terminado al finalizar.
- b) **Mano de obra.** – Es el segundo elemento de costos de producción y se manifiesta a través del esfuerzo físico y mental del hombre, para transformar la materia prima en productos terminados y que debe ser retribuido económicamente. Comprende los salarios de obreros u operarios las prestaciones sociales, y aportes patronales de las personas que intervienen con su acción directa en la fabricación de los productos, bien sea manualmente o accionando las máquinas que transforman las materias primas en productos terminados.
- c) **Gastos indirectos de fabricación.** - Es el tercer elemento de costo de producción, representa los gastos indirectos que no se identifican

directamente con la materia prima directa, mano de obra directa, los gastos indirectos, gastos generales de fabricación el monto de la carga fabril no se identifica en forma precisa en un bien producido, es decir es cuando no se conoce con exactitud la cantidad de materiales indirectos que han intervenido en la producción".

Denominados también carga fabril, gastos generales de fábrica o gastos de fabricación. Son aquellos costos que intervienen dentro del proceso de transformar la materia prima en un producto final y son distintos al material directo y mano de obra directa. Dentro de ellos están:

Material indirecto

Mano obra indirecta

Servicios públicos

Arrendamientos

Deprecación maquinaria

Combustible

Implementos para aseo de fábrica

2.2.7. Clasificación de los costos

a) De acuerdo a su función

- **Costos de producción**

Callantes (2002), costos e Inversión. Indica que: Los costos se pueden clasificar de acuerdo con su relación con la producción. Las dos categorías que se basan en su relación con la producción son los costos primos y los costos de conversión.

Costo primo. - Es la sumatoria de los materiales directos y la mano de obra directa. Los costos primos están relacionados con la producción.

Costo de conversión. - Son los costos relacionados con la transformación de los materiales directos en productos terminados. Los costos de conversión están conformados por la mano de obra directa y los costos indirectos de fabricación.

- **Gastos de administración**

Son los que originan en el área administrativa.

- **Gastos de distribución de ventas**

Son los que se incurren en el área que se encarga de llevar el producto desde la empresa hasta el consumidor.

b) De acuerdo con su identificación con una actividad, departamento o producto

Cuando los costos son identificables con el producto se conocen como costos directos, por el contrario, cuando no son de fácil identificación y cuantificación se determinan costos indirectos. La tela, el hilo, los botones son de fácil identificación y cuantificación, el gasto de arriendo no, por lo tanto, con respecto a la asignación con el producto se pueden definir como:

- **Costos directos.** – Son aquellos que se involucran directamente en la fabricación del producto o en la prestación del servicio, dentro de estos se encuentran la materia prima y la mano de obra. Son de fácil cuantificación a cada unidad fabricada.

- **Costos indirectos.** – No intervienen en el proceso de producción o del servicio, pero son necesarios para su elaboración. Son de difícil cuantificación a cada unidad fabricada.

c) De acuerdo al tiempo en que fueron calculados

- **Costos históricos.** – Son los que se incurren en un determinado periodo, por ejemplo: los costos de productos vendidos, costo de la producción en proceso.
- **Costos predeterminados.** – Son los que se establecen antes del echo físico de la producción y pueden ser: estimados o estándar

d) De acuerdo a su comportamiento en el volumen

- **Costos fijos.** – Son los que permanecen constantes a cualquier nivel de producción o del servicio
- **Costos variables.** - Son aquellos en los cuales el costo total cambia en proporción directa a los cambios en el volumen de producción o prestación de servicio, dentro del rango relevante, mientras el costo unitario permanece constante. Estos costos son controlados por el departamento responsable.
- **Costos mixtos.** - Estos costos contienen ambas características, de fijos y variables a lo largo de varios rangos relevantes de operación

e) De acuerdo al tiempo al que se enfrentan al ingreso

- **Costos del producto.** - Son los costos directos e indirectamente identificados con el producto. Son los materiales directos. Mano de obra directa y costos indirectos de fabricación. Estos costos no proveen ningún

benefician tanto el producto se venda y por lo tanto se inventarían hasta la terminación del producto.

- **Costos del periodo.** - Son los costos que no están directamente, ni indirectamente relacionados con el producto y que por lo tanto no se inventarían, los costos del periodo se cancelan inmediatamente dado que no se puede determinar ninguna relación entre el costo y el ingreso".

2.2.8. Uso de los costos

Altahona (2009), libro practico sobre contabilidad de costos, señala que: Los costos se pueden dividir de acuerdo a su uso en cuatro grandes campos.

- a) **Área contable.** – Consiste en asignar a cada unidad de producto una participación razonable del total del costo incurrido por la empresa, y se utiliza básicamente para la valoración de inventario en el balance y en la determinación del costo de venta para la elaboración del estado de ganancias y perdida.

1. valoración de inventario

Peps.- Este sistema asume que las primeras materias primas que entraron por la compra son las primeras materias primas que salen para la producción. En cuanto a producto en proceso tiene las mismas características.

Uesps. – Este sistema asume que las ultimas materias primas que entraron por la compra son las primeras materias primas que salen para la producción, en lo referente al producto en proceso, los últimos que

ingresaron son los primeros procesados y en el producto terminado, los últimos que ingresan son los primeros que salen.

Promedio ponderado. – Este método calcula el costo promedio de cada artículo del inventario ya sea de materia prima, de producto en proceso o producto terminado, dividiendo el total reflejado en soles entre el total reflejado en unidades, cuando las unidades del inventario son idénticas en apariencia, pero no en el precio de adquisición.

2. Determinación del costo unitario de fabricación

Costo de materia prima consumida + costo de mano de obra + costos indirectos de fabricación = total costo de fabricación

entonces:

$$\frac{\text{costo total de fabricación}}{\text{unidades fabricadas}} = \text{costo unitario}$$

- b) **Toma de decisiones.** – Son aquellos que tiene ver con la recopilación y prestación de datos acerca de con los costos de fabricación y manejo de cada tipo de producto, el cual será útil para una acertada toma de decisiones por parte de la alta gerencia.
- c) **Planeación.** – Está relacionada con la estructura de costos, la determinación de esta estructura y la presentación de los mismos de una manera tal que sea útil para la estimación de lo que puede esperarse para el futuro.
- d) **Control.** – Se refiere a un control en el establecimiento de procedimientos de información y análisis de los costos, para proveer una adecuada herramienta frente a los problemas que puedan presentarse en cualquier momento. Identificar la causa localizando los problemas el cual permitirá

tomar las medidas correctivas en el momento preciso y de una manera acertada.

2.2.9. Contabilidad de costos

Neumer (2000), contabilidad de costos principios y práctica. Indica que: "Es aquella que considera en función al valor de satisfacción que le da un cliente a un determinado producto."

a) Fines de la contabilidad de costos

Entre los fines principales de la contabilidad de costos están:

- Determinar el costo de los inventarios de los productos fabricados para efectos de presentación del Balance general
- Determinar el costo de los productos vendidos con el fin de calcular la utilidad o pérdida en el período y así poder presentar el estado de Ganancias y Pérdidas.
- Servir de fuente de información de costos para estudios económicos y decisiones especiales, entre otras, inversiones de capital a largo plazo, tales como reposición de maquinarias, expansión de la planta de producción, fabricación de nuevos productos, fijación de precios para la venta, etc.
- Dotar a la gerencia de una herramienta útil para la planeación y el control sistemático de los costos de producción.

b) La contabilidad de costos como herramienta de control

- Delineación de centros de responsabilidad
- Delegación de autoridad
- Estándares de Costos

- Determinación de los costos controlables
- Informe de costo
- Reducción de costos

2.2.10. Rentabilidad

Sánchez (2002), análisis de rentabilidad de la empresa. Señala que la rentabilidad es una noción que se aplica a toda acción económica en la que se movilizan medios materiales, humanos y/o financieros con el fin de obtener ciertos resultados de rendimiento suficiente para atraer capital.

"La rentabilidad es el potencial o facultad para generar utilidades y beneficios, la rentabilidad mira hacia delante su importancia no está en la contabilización de los gastos pasados ya conocidos si no es la próxima acción que se necesita. La rentabilidad tiene que ver con la incertidumbre de hechos futuros, incluye un hecho probabilístico y generalmente se enfoca sobre decisiones específicas".

Simón (1996), consultores en administración. Señala que: "los documentos contables de la empresa son base para realizar el estudio de la rentabilidad, así tenemos documentos de costos, balance general, estados financieros, etc. Que sirven para hacer el análisis o para establecer un informe estadístico contable, deben percibir los capitales impuestos en la información de la empresa. El estudio de la rentabilidad es el índice que permite tomar decisiones finales para solucionar las ventas o la producción."

a) Rentabilidad económica

Sánchez (2002), análisis de rentabilidad de la empresa. Nos dice que: "Es la relación, generalmente expresada en porcentaje que proporciona una determinada operación y lo que se ha invertido en ella. La rentabilidad de una inversión pública se evalúa normalmente con criterios de costos - beneficios. Puede hablarse también de rentabilidad social cuando en la valoración no se computan solo los resultados económicos, sino que se miden igualmente, las consecuencias sociales en términos de convivencia, salud, educación, desarrollo de la cultura.

UTILIDAD NETA

PATRIMONIO

b) Rentabilidad financiera

Sánchez (2002), análisis de rentabilidad de la empresa. Para valorar la gestión financiera de la empresa, además de conocer el grado de liquidez, solvencia y solidez es también necesario tener en cuenta su rentabilidad ya que ella permitirá remunerar los capitales o ajenos puestos a disposición.

Todo el esfuerzo desarrollado por la gestión financiera debe tener hacia un fin: maximizar el valor de la empresa, cabe aclarar que el objeto financiero no debe ser el de maximizar las utilidades, como ocasiones se precisa, ya que las utilidades no son sino uno de los ingredientes del valor de la empresa, en tal manera, algunas veces se puede tomar decisiones que afectan negativamente las utilidades en el corto plazo, pero las cuales redundarán en el beneficio del valor futuro de la empresa en tanto que puede ocurrir

lo contrario cuando con ánimo de mostrar utilidades rápidas a los accionistas se eligen alternativas que van en contra del valor de la acción en el futuro.

$$\frac{\text{UTILIDAD NETA} + \text{INTERESES} \times (1-T)}{\text{ACTIVO TOTAL}}$$

2.2.11. Análisis de los estados financieros y ratios

c) Análisis de estados financieros

Eyzaguirre (2003), los estados financieros, comprende el estudio de ciertas relaciones y tendencias que permitan determinar si la situación financiera, los resultados de operación y el progreso económico de la empresa son satisfactorios para un período de tiempo. En el análisis se trata de aislar lo relevante o significativo. Al realizar la interpretación, se tratará de detectar los puntos fuertes y débiles de la empresa cuyos estados se están analizando e interpretando. Así se podrán tomar decisiones bien fundamentadas. Les interesa conocer y evaluar la administración de la empresa. Se interesan en las utilidades actuales y las futuras y la estabilidad de las mismas.

d) Análisis de ratios

Eyzaguirre (2003), los estados financieros. “Los ratios financieros (o indicadores financieros) Matemáticamente, un ratio es una razón, es decir, la relación entre dos números. Son un conjunto de índices, resultado de relacionar dos cuentas del Balance o del estado de Ganancias y Pérdidas.

Los ratios proveen información que permite tomar decisiones acertadas a quienes estén interesados en la empresa, sean éstos sus dueños,

gerentes, asesores, etc. Por ejemplo, si comparamos el activo corriente con el pasivo corriente, sabremos cuál es la capacidad de pago de la empresa y si es suficiente para responder por las obligaciones contraídas con terceros.

Sirven para determinar la magnitud y dirección de los cambios sufridos en la empresa durante un periodo de tiempo. Fundamentalmente los ratios están divididos en 4 grandes grupos.

- Ratios de liquidez
- Ratios de solvencia
- Ratios de gestión
- Ratios de rentabilidad

2.2.12. Ratios de rentabilidad

Eyzaguirre (2003), Miden la capacidad de generación de utilidad por parte de la empresa. Tienen por objetivo apreciar el resultado neto obtenido a partir de ciertas decisiones y políticas en la administración de los fondos de la empresa. Evalúan los resultados económicos de la actividad empresarial. Expresan el rendimiento de la empresa en relación con sus ventas, activos o capital. Es importante conocer estas cifras, ya que la empresa necesita producir utilidad para poder existir. Relacionan directamente la capacidad de generar fondos en operaciones de corto plazo. Indicadores negativos expresan la etapa de desacumulación que la empresa está atravesando y que afectará toda su estructura al exigir mayores costos financieros o un mayor esfuerzo de los dueños, para mantener el negocio. Los indicadores de rentabilidad son muy variados, los más importantes y

que estudiamos aquí son: la rentabilidad sobre el patrimonio, rentabilidad sobre activos totales y margen neto sobre ventas.

a) Margen bruto de utilidad

Esta ratio relaciona las ventas menos el costo de ventas con las ventas. Indica la cantidad que se obtiene de utilidad por cada UM de ventas, después de que la empresa ha cubierto el costo de los bienes que produce y/o vende.

Utilidad Bruta

Ventas

b) Margen operacional de utilidad

Mide la eficiencia de la operación en forma global, representa el porcentaje de la utilidad bruta.

Utilidad Operativa

Ventas

c) Margen neto de ventas

Relaciona la utilidad líquida con el nivel de las ventas netas. Mide el porcentaje de cada UM de ventas que queda después de que todos los gastos, incluyendo los impuestos, han sido deducidos. Cuanto más grande sea el margen neto de la empresa tanto mejor.

Utilidad Neta

Ventas

2.2.13. EL punto de equilibrio

Según Fernández (2013), optimización financiera & costos y gastos, define que lo elemental y fundamental es el: Punto de equilibrio ya que al

nivel de finanzas en las ventas los costos fijos y variables se encuentran cubiertos. Esto supone que la empresa en su punto de equilibrio, tubo un beneficio igual a cero, lo que significa (no gana dinero, pero tampoco pierde).

En el punto de equilibrio, entonces, la empresa logra cubrir los costos. Al incrementar sus ventas, logrará ubicarse por encima del punto de equilibrio y obtendrá beneficio positivo. En cambio, una caída de sus ventas desde el punto de equilibrio generará pérdidas.

La estimación del punto de equilibrio permitirá que una empresa, aún antes de iniciar sus operaciones, conozca cuales son los niveles de ventas que necesitarán para recuperar toda la inversión. En caso que no llegue a cubrir los costos, la empresa tendrá que realizar modificaciones hasta alcanzar un nuevo punto de equilibrio, la operación es muy sencilla. Debe dividir lo que son los costes fijos entre el resultado de restar el costo variable unitario al precio de venta por unidad.

En este sentido, es importante, y así lo reconocen los expertos en materia de finanzas, que dentro de lo que son los costos se preste especial atención a los llamados costos indirectos de fabricación. ¿Por qué? Porque posiblemente en ellos habrá una serie de costos variables realmente importantes y fundamentales a la hora de poder encontrar el punto de equilibrio.

Aquellos citados costos de fabricación, así como la mano de obra y la materia prima son tres de los elementos vitales a tener muy presente para realizar unos cálculos exactos.

2.2.14. Análisis del punto de equilibrio

Según Perdomo (2001), métodos y modelos básicos de planeación Financiera. señala: Un punto de equilibrio se usa en las organizaciones y/o empresas para fijar una dable rentabilidad al momento de vender un producto. Es donde los ingresos totales recibidos se igualan a los costos con las ventas de un producto ($IT = CT$). Para calcular el punto de equilibrio se necesita identificar el comportamiento de los costos; de otra manera es difícil determinar el punto. Sean IT = ingresos totales, CT = costos totales, P = precio por unidad, Q = cantidad de unidades producidas y vendidas, CF = costos fijos y CV = costos variables, a tal razón: Si el producto puede ser vendido en mayores cantidades de las que arroja el punto de equilibrio entonces tendremos que la empresa percibirá beneficios. Si, por el contrario, se encuentra por debajo del punto de equilibrio, tendrá pérdidas.

2.3. Hipótesis

Existe una relación significativa entre el análisis de costos y la rentabilidad de los hoteles el Tumi y la Joya de la ciudad de Huaraz, 2017.

d) Metodología

1.1. Diseño de Investigación

1.1.1. Tipo de Investigación

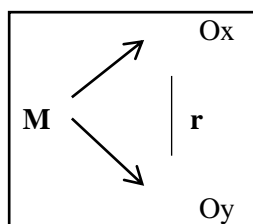
Herrera (2008), el tipo de nivel de investigación fue cualitativo porque la investigación cualitativa se entiende como “una categoría de diseños de investigación que extrae descripciones a partir de observaciones que adopta la forma de entrevistas, notas de campo, grabaciones, transcripciones de audio y video, registros escritos en todo tipo, fotografías o películas y/o otros artefactos.

1.1.2. Nivel de Investigación

Herrera (2008), el tipo de nivel de investigación fue correlacional, este estudio básicamente mide dos o más variables, estableciendo su grado de correlación, pero sin pretender dar una explicación completa (de causa y efecto) al fenómeno investigado, sólo investiga grados de correlación, dimensiona las variables.

1.1.3. Diseño de Investigación

El diseño fue de corte transversal, cuyo diagrama es:



Dónde:

M = Muestra.

Ox = Observación de la variable independiente, en estudio.

Oy = Observación de la variable dependiente, en estudio.

r = Relación.

1.2. Población y Muestra

1.2.1. Población

La población accesible fueron todos los trabajadores contratados en planilla por servicios no personales de las empresas hoteleras el Tumi y la Joya, varones y mujeres de 20 a 50 años de edad, de nivel educativo secundaria y superior.

N = 175 Directivos y trabajadores.

1.2.2. Muestra

El tamaño de la muestra se halla con la siguiente formula estadística con reajuste:

$$n = \frac{z^2 \cdot p \cdot q}{E} \quad \text{Con ajuste}$$

$$n = \frac{n_o}{1 + \frac{n_o}{N}}$$

n = 60 directivos y trabajadores hoteleros.

1.3. Definición y Operacionalización de Variables

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS
costos	Los costos son la herramienta básica el cual representa el sacrificio económico que se incurre para fabricación de un producto o prestación de un servicio. Además también permite determinar el costo unitario y total, mejorar el control, contribuir al planeamiento y tomar decisiones (Altahona, 2009).	Elementos de costos	Materia prima	9. ¿Aplican los elementos de costos como la (MOD)(MPD)(CIF) para lograr mejoras en las empresas hoteleras el Tumi y la Joya?
			Mano de obra	
			Costo indirecto de fabricación	
		Clasificación de costos	De acuerdo a su función	10. ¿Aplican las clasificaciones de costos para lograr mejoras en los hoteles el Tumi y la Joya?
			De acuerdo con su identificación con una actividad, departamento o producto	
			De acuerdo al tiempo en que fueron calculados	
			De acuerdo su comportamiento en el volumen	
			De acuerdo al tiempo al que se enfrentan al ingreso	
		Uso de los costos	Área contable	11. ¿Cree usted que al disminuir costos y gastos puede aumentar la rentabilidad de la empresa?
			Toma de decisiones	12. ¿Los hoteles el Tumi y la Joya cuentan con cierto procedimiento o sistema que apoye la inspección minuciosa y toma de decisiones?
			Planeación	13. ¿Cree usted que al realizar un análisis de costos y gastos puede mejorar la rentabilidad de las empresas hoteleras el Tumi y la Joya?
			Control	14. ¿Las empresas hoteleras el Tumi y la Joya aplican la contabilidad de costos como una herramienta de control de costos?
Rentabilidad	la rentabilidad es una noción que se aplica a toda acción económica en la que se movilizan medios materiales, humanos y/o financieros con el fin de obtener ciertos resultados de rendimiento suficiente para atraer capital (Sánchez, 2002).	Tipos de rentabilidad	Rentabilidad económica	15. ¿Cree que la rentabilidad de los hoteles el Tumi y la Joya ha descendido en estos dos últimos años?
			Rentabilidad financiera	16. ¿Cree que existe una fuerte competencia en el sector hotelero en la ciudad de Huaraz?
		Ratios de rentabilidad	Margen bruto de utilidad	17. ¿Cree que la rentabilidad de los hoteles el Tumi y la Joya ha aumentado en estos dos últimos años?
			Margen operacional de utilidad	18. ¿Cree usted que necesario conocer los costos y gastos contables en los que realmente incurren los hoteles el Tumi y la Joya?

		Margen neto de ventas	19. ¿Se sabe cuánto es la ganancia total de las empresas hoteleras el Tumi y la Joya?
	Punto de equilibrio	Determinación de punto de equilibrio	20. ¿Cree usted que la rentabilidad de los hoteles aumente al producir más productos y servicios?

1.4. Técnicas e Instrumentos de recolección de datos

1.4.1. Técnicas.

Encuestas.

García (1992), la encuesta es una técnica de investigación realizada sobre una muestra de sujetos representativa de un colectivo más amplio, que se lleva a cabo en el contexto de la vida cotidiana, utilizando procedimientos estandarizados de interrogación, con el fin de obtener mediciones cuantitativas de una gran variedad de características objetivas y subjetivas de la población.

Observaciones.

Pardinas (2005), la observación es la acción de observar, de mirar detenidamente, en el sentido del investigador es la experiencia, es el proceso de mirar detenidamente, o sea, en sentido amplio, el experimento, el proceso de someter conductas de algunas cosas o condiciones manipuladas de acuerdo a ciertos principios para llevar a cabo la observación.

Observación significa también el conjunto de cosas observadas, el conjunto de datos y conjunto de fenómenos. En este sentido, que pudiéramos llamar objetivo, observación equivale a dato, a fenómeno, a hechos.

1.4.2. Instrumentos.

Cuestionarios

Hernández (2004), es una herramienta bastante común en el medio académico. Sin embargo, los estándares o las especificaciones del cuestionario varían de acuerdo con las disciplinas y las necesidades de cada investigación. En algunas áreas de estudio como la mercadotecnia, la economía o la antropología, se utiliza frecuentemente, como método de investigación o de análisis. En otras palabras, su función en el ámbito

académico es recabar información de utilidad para la sustentación de una indagación formal que requiera de datos o tendencias de opinión.

1.5. Plan de Análisis

En esta fase se aplica el programa estadístico SPSS versión 15.00 para la tabulación y presentación de datos en cuadros y gráficos. Para la contratación y validación de las hipótesis se aplica el estadístico CHI cuadrado (χ^2), con un margen de error de 5% y una precisión de 0.05.

1.6. Matriz de Consistencia

ANÁLISIS DE COSTOS Y LA RENTABILIDAD DE LAS EMPRESAS HOTELERAS EL TUMI Y LA JOYA EN LA CIUDAD DE HUARAZ, 2014

Enunciado del problema	Objetivos	Hipótesis	Variables	Metodología
<p>¿De qué manera los costos se relaciona con la rentabilidad de las empresas hoteleras el Tumi y la Joya en la ciudad de Huaraz, 2017?</p>	<p>Objetivo general:</p> <p>Determinar la relación entre el análisis de costos y la rentabilidad de las empresas hoteleras el tumi y la joya en la ciudad de Huaraz, 2017.</p>	<p>Existe una relación significativa entre el análisis de costos y la rentabilidad de los hoteles el Tumi y la Joya de la ciudad de Huaraz, 2017.</p>	<p>Variable Independiente:</p> <p>Costos</p>	<p>1. Tipo de investigación:</p> <p>Descriptivo</p> <p>2. Nivel de investigación:</p> <p>Correlacional.</p> <p>3. Diseño de investigación:</p> <p>Diseño de Corte Trasversal</p> <p>4. Población y muestra:</p> <p>N = 175</p> <p>n = 60</p>
	<p>Objetivos específicos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Describir el análisis de costos de las empresas hoteleras el tumi y la joya en la ciudad de Huaraz, 2017. - Determinar la rentabilidad de las empresas hoteleras el tumi y la joya en la ciudad de Huaraz, 2017. - Relacionar el costo y la rentabilidad de las empresas hoteleras el tumi y la joya en la ciudad de Huaraz, 2017. 		<p>Variable dependiente:</p> <p>Rentabilidad</p>	

1.7. Principios éticos de una encuesta

Respeto por las personas

Se basa en reconocer la capacidad de las personas para tomar sus propias decisiones, es decir, su autonomía. A partir de su autonomía protegen su dignidad y su libertad. El respeto por las personas que participan en la investigación (mejor “participantes” que “sujetos”, puesto esta segunda denominación supone un desequilibrio) se expresa a través del proceso de consentimiento informado, que se detalla más adelante.

Beneficencia

La beneficencia hace que el investigador sea responsable del bienestar físico, mental y social del encuestado. De hecho, la principal responsabilidad del investigador es la protección del participante. Esta protección es más importante que la búsqueda de nuevo conocimiento o que el interés personal, profesional o científico de la investigación. Implica no hacer daño o reducir los riesgos al mínimo, por lo que también se le conoce como principio de no maleficencia.

Justicia

El principio de justicia prohíbe exponer a riesgos a un grupo para beneficiar a otro, pues hay que distribuir de forma equitativa riesgos y beneficios. Así, por ejemplo, cuando la investigación se sufraga con fondos públicos, los beneficios de conocimiento o tecnológicos que se deriven deben estar a disposición de toda la población y no sólo de los grupos privilegiados que puedan permitirse costear el acceso a esos beneficios.

IV. Resultados

4.1. Resultados

Tabla 1: Características de las empresas hoteleras el Tumi y la Joya en la ciudad de Huaraz, 2017.

Grupos etarios	Directivos		Trabajadores		Total		Frecuencia porcentual acumulado
	Fi	%	Fi	%	fi	%	
18 - 25	0	0	10	17	10	17	17
25 - 30	0	0	12	20	12	20	37
31- 37	2	3	12	20	14	23	60
38 - 45	2	3	10	17	12	20	80
45 a mas	4	7	8	13	12	20	100
Total	8	13	52	87	60	100	

Cuestionario Estructurado
Elaboración: NVRO

según sexo	Directivos		Trabajadores		Total		Frecuencia porcentual acumulado
	Fi	%	fi	%	fi	%	
Masculino	6	10	30	50	36	60	60
Femenino	2	3	22	37	24	40	100
Total	8	13	52	87	60	100	

Cuestionario Estructurado
Elaboración: NVRO

Cargo u ocupación	fi	%	Frecuencia porcentual acumulado
Directivos	8	13	13
Trabajadores	52	87	100
Total	60	100	

Cuestionario Estructurado
Elaboración: NVRO

nivel educativo	Directivos		Trabajadores		Total		Frecuencia porcentual acumulado
	Fi	%	fi	%	fi	%	
Secundaria	0	0	6	10	6	10	10
Superior técnico	0	0	34	57	34	57	67
Superior universitario	8	13	12	20	20	33	100
Total	8	13	52	87	60	100	

Cuestionario Estructurado
Elaboración: NVRO

estado civil.	fi	%	Frecuencia porcentual acumulado
Soltero	50	83	83
Casado	10	17	100
Total	60	100	

Cuestionario Estructurado
Elaboración: NVRO

antigüedad de los hoteles el Tumi y la Joya	fi	%	Frecuencia porcentual acumulado
De 1 a 2 años	0	0	0
De 3 a 5 años	0	0	0
De 6 a 9 años	0	0	0
De 10 a más	60	100	100
Total	60	100	

Cuestionario Estructurado
Elaboración: NVRO

N° de empleados en las empresas hoteleras el Tumi y la Joya	fi	%	Frecuencia porcentual acumulado
De 1 a 5 trabajadores	0	0	0
De 6 a 10 trabajadores	0	0	0
De 11 a 15 trabajadores	0	0	0
De 16 a más trabajadores	60	100	100
Total	60	100	

Cuestionario Estructurado
Elaboración: NVRO

tipo actividad económica los hoteles el Tumi y la Joya	fi	%	Frecuencia porcentual acumulado
Ventas	0	0	0
Servicios	60	100	100
Manufactura	0	0	
T/A	0	0	
Total	60	100	

Cuestionario Estructurado
Elaboración: NVRO

Tabla 2: Característica de los elementos, clasificaciones y uso de costos de las empresas hoteleras el Tumi y la Joya en la ciudad de Huaraz, 2017.

Según si aplican los elementos de costos como la (Mano de Obra Directa) (Materia Prima Directa) (Costo Indirecto de Fabricación) para lograr mejoras en las empresas hoteleras el Tumi y la Joya	fi	%	Frecuencia porcentual acumulado
Siempre	6	10	10
Casi siempre	27	45	55
A veces	25	42	97
Nunca	2	3	100
Total	60	100	

Cuestionario Estructurado
Elaboración: NVRO

Aplican las clasificaciones de costos para lograr mejoras en los hoteles el Tumi y la Joya	fi	%	Frecuencia porcentual acumulado
Siempre	4	7	7
Casi siempre	26	43	50
A veces	28	47	97
Nunca	2	3	100
Total	60	100	

Cuestionario Estructurado
Elaboración: NVRO

Cree usted que al disminuir costos y gastos puede aumentar la rentabilidad de la empresa	fi	%	Frecuencia porcentual acumulado
---	-----------	----------	--

Si	60	100	100
No	0	0	
Total	60	100	

Cuestionario Estructurado
Elaboración: NVRO

cuentan con cierto procedimiento o sistema que apoye la inspección minuciosa y toma de decisiones	fi	%	Frecuencia porcentual acumulado
Si	10	17	17
No	50	83	100
Total	60	100	

Cuestionario Estructurado
Elaboración: NVRO

Cree usted que al realizar un análisis de costos y gastos puede mejorar la rentabilidad de las empresas hoteleras el Tumi y la Joya	fi	%	Frecuencia porcentual acumulado
Si	58	97	97
No	2	3	100
Total	60	100	

Cuestionario Estructurado
Elaboración: NVRO

Las empresas hoteleras el Tumi y la Joya aplican la contabilidad de costos como una herramienta de control de costos	fi	%	Frecuencia porcentual acumulado
Siempre	30	50	50
Casi siempre	12	20	70
A veces	10	17	87
Nunca	8	13	100
Total	60	100	

Cuestionario Estructurado
Elaboración: NVRO

Tabla 3: Características de los tipos de rentabilidad, ratios de rentabilidad y punto de equilibrio de las empresas hoteleras el Tumi y la Joya en la ciudad de Huaraz, 2017.

cree que la rentabilidad de los hoteles el Tumi y la Joya ha descendido en estos dos últimos años	fi	%	Frecuencia porcentual acumulado
Si	10	17	17
No	50	83	
Total	60	100	

Cuestionario Estructurado
Elaboración: NVRO

Cree que existe una fuerte competencia en el sector hotelero en la ciudad de Huaraz	fi	%	Frecuencia porcentual acumulado
Si	60	100	100
No	0	0	
Total	60	100	

Cuestionario Estructurado
Elaboración: NVRO

Cree que la rentabilidad de los hoteles el Tumi y la Joya ha aumentado en estos dos últimos años	fi	%	Frecuencia porcentual acumulado
Si	50	83	83
No	10	17	100
Total	60	100	

Cuestionario Estructurado
Elaboración: NVRO

Cree usted que necesario conocer los costos y gastos contables en los que realmente incurren los hoteles el Tumi y la Joya	fi	%	Frecuencia porcentual acumulado
Si	52	87	87
No	8	13	100
Total	60	100	

Cuestionario Estructurado
Elaboración: NVRO

Se sabe cuánto es la ganancia total de las empresas hoteleras el Tumi y la Joya	fi	%	Frecuencia porcentual acumulado
--	-----------	----------	--

Si	8	13	13
No	52	87	100
Total	60	100	

Cuestionario Estructurado
Elaboración: NVRO

Cree usted que la rentabilidad de los hoteles aumente al producir más productos y servicios	fi	%	Frecuencia porcentual acumulado
Si	60	100	100
No	0	0	
Total	60	100	

Cuestionario Estructurado
Elaboración: NVRO

4.2. Análisis de los Resultados

a) Respecto a las empresas hoteleras el Tumi y la Joya

Tabla 1

Se observan en la tabla N° 1, del 100% igual a 60 directivos y trabajadores encuestados, el 17% de la muestra se estila entre 18 a 25 años de edad y el 20% de la muestra señala entre 25 a 30 años de edad y el 23% demuestra entre 31 a 37 años de edad entre trabajadores y directivos y el 20% de la muestra indica entre 38 a 45 años de edad entre trabajadores y directivos y el 20% de la muestra demuestra entre 45 a más años de edad entre trabajadores y directivos, lo que significa que la mayoría de la población muestral corresponden entre 31 a 37 años de edad, con un porcentaje del 23%.

Tabla 2

En la tabla N° 2 se observa, del 100% igual a 60 directivos y trabajadores encuestados, el 60% de la muestra tanto directivos y trabajador son del sexo masculino y el 40% de la muestra tanto directivos y trabajador son del sexo femenino; lo que significa que la mayoría de la muestra

corresponde al sexo masculino quienes laboraban en las empresas hoteleras, con un porcentaje del 60%.

Tabla 3

Se observan en la tabla N° 3, del 100% igual a 60 directivos y trabajadores encuestados, el 13% de la muestra asumen el cargo de directivos y el 87% de la muestra asumen los puestos de trabajadores; lo que significa que la mayoría de la muestra asumen los puestos de trabajadores con un porcentaje del 87%.

Tabla 4

Se observan en la tabla N° 4, del 100% igual a 60 directivos y trabajadores encuestados, el 10% de la muestra pertenecen al nivel educativo de secundaria, el 57% de la muestra pertenecen al nivel educativo superior técnico y el 33% de la muestra pertenecen al nivel educativo de superior universitario; lo que significa que la mayoría de la población corresponden a un grado nivel educativo de educación superior técnico concluido, con un porcentaje del 57%.

Tabla 5

En la tabla N° 5 se observa, del 100% igual a 60 directivos y trabajadores encuestados, el 83% de la muestra tanto directivos y trabajador son de estado civil soltero y el 17% de la muestra tanto directivos y trabajadores son de estado civil casado; lo que significa que la mayoría de la muestra corresponde al estado civil soltero tanto directivos y trabajadores que laboraban en las empresas hoteleras, con un porcentaje del 83%.

Tabla 6

En la tabla N° 6 se observa, del 100% igual a 60 directivos y trabajadores encuestados, el 0% de la muestra manifiesta entre 1 a 2 años de antigüedad, el 0% de la muestra señala entre 3 a 5 años de antigüedad, el 0% demuestra entre 6 a 9 años de antigüedad y el 100% de la muestra afirmaron de 10 años a más años de antigüedad; lo que significa que la totalidad de población muestral afirma que las empresas hoteleras tienen una antigüedad de 10 años a más.

Tabla 7

Se observan en la tabla N° 7, del 100% igual a 60 directivos y trabajadores encuestados, el 0% de la muestra manifiesta entre 1 a 5 empleados, el 0% de la muestra señala entre 6 a 10 empleados, el 0% demuestra entre 11 a 15 empleados entre directivos y trabajadores y el 100% de la muestra afirmó de 16 a más empleados entre trabajadores y directivos, lo que significa que la totalidad de la población muestral afirma que laboran de 16 a más empleados en las empresas hoteleras.

Tabla 8

Se observan en la tabla N° 8, del 100% igual a 60 directivos y trabajadores encuestados, el 0% de la muestra manifiesta en ventas al contrario del 100% de la muestra que señala en servicios y el 0% demuestra a manufactura y el 0% afirma a T/A, lo que significa que la totalidad de la población muestral afirma que las empresas hoteleras son tipo de prestación de servicios.

b) Respecto a los costos

Tabla 9

En la tabla N° 9 se observa, del 100% igual a 60 directivos y trabajadores encuestados, el 10% de la muestra tanto directivos y trabajador afirmaron siempre aplican los elementos de costos, el 45% señalo que casi siempre aplican los elementos de costos, el 42% afirmo que a veces aplican los elementos de costos y el 3% afirmo que nunca aplican los elementos de costos, lo que significa que casi siempre aplican los elementos de costos como la (Mano de Obra Directa) (Materia Prima Directa) (Costo Indirecto de Fabricación) para lograr mejoras en las empresas hoteleras el Tumi y la Joya, con un porcentaje de 45%.

Tabla 10

En la tabla N° 10 se observa, del 100% igual a 60 directivos y trabajadores encuestados, el 7% de la muestra tanto directivos y trabajador afirmaron que SIEMPRE aplican las clasificaciones de costos para lograr mejoras en los hoteles el Tumi y la Joya, el 43% señalo que CASI SIEMPRE Aplican las clasificaciones de costos para lograr mejoras en los hoteles el Tumi y la Joya, el 47% afirmo que A VECES Aplican las clasificaciones de costos para lograr mejoras en los hoteles el Tumi y la Joya y el 3% afirmo que NUNCA Aplican las clasificaciones de costos para lograr mejoras en los hoteles el Tumi y la Joya, lo que significa que A VECES Aplican las clasificaciones de costos para lograr mejoras en los hoteles el Tumi y la Joya

Tabla 11

En la tabla N° 11 se observa, del 100% igual a 60 directivos y trabajadores encuestados, el 100% de la muestra tanto directivos y trabajador señalo que SI al disminuir costos y gastos puede aumentar la

rentabilidad de la empresas, al contrario del 0% que afirmo que NO al disminuir costos y gastos puede aumentar la rentabilidad de la empresa, lo que significa que la totalidad de encuestados SI al disminuir los costos y gastos puede aumentar la rentabilidad de la empresa, lo que significa que el total de encuestados afirmaron que SI al disminuir costos y gastos puede aumentar la rentabilidad de la empresa, con un porcentaje del 100%.

Tabla 12

Se observan en la tabla N° 12, del 100% igual a 60 directivos y trabajadores encuestados, el 17% de la muestra tanto directivos y trabajador señalo que, SI los hoteles el Tumi y la Joya cuentan con cierto procedimiento o sistema que apoye la inspección minuciosa de costos y toma de decisiones, mientras que el 83% afirmo que NO los hoteles el Tumi y la Joya no cuentan con cierto procedimiento o sistema que apoye la inspección minuciosa de costos y toma de decisiones, este hecho significa que la mayoría de la muestra encuestada afirmaron que los hoteles el Tumi y la Joya NO cuentan con cierto procedimiento o sistema que apoye la inspección minuciosa de costos y toma de decisiones, con un porcentaje de 83%.

Tabla 13

En la tabla N° 13 se observa, del 100% igual a 60 directivos y trabajadores encuestados, el 97% de la muestra tanto directivos y trabajador señalo que SI al realizar un análisis de costos y gastos puede mejorar la rentabilidad de las empresas hoteleras el Tumi y la Joya, mientras que el 3% afirmo que NO al realizar un análisis de costos y gastos puede mejorar la rentabilidad de las empresas hoteleras el Tumi y la Joya, lo que significa

que SI al realizar un análisis de costos y gastos puede mejorar la rentabilidad de las empresas hoteleras el Tumi y la Joya, con un porcentaje de 97%.

Tabla 14

En la tabla N° 14 se observa, del 100% igual a 60 directivos y trabajadores encuestados, el 50% de la muestra tanto directivos y trabajador afirmaron que SIEMPRE las empresas hoteleras el tumi y la Joya aplican la contabilidad de costos como una herramienta de control de costos, el 20% señalo que CASI SIEMPRE las empresas hoteleras el tumi y la Joya aplican la contabilidad de costos como una herramienta de control de costos, el 17% afirmo que A VECES las empresas hoteleras el tumi y la Joya aplican la contabilidad de costos como una herramienta de control de costos y el 13% afirmo que NUNCA las empresas hoteleras el tumi y la Joya aplican la contabilidad de costos como una herramienta de control de costos, lo que significa que SIEMPRE las empresas hoteleras el tumi y la Joya aplican la contabilidad de costos como una herramienta de control de costos, con un porcentaje de 50%.

c) Respecto a la rentabilidad

Tabla 15

En la tabla N° 15 se observa, del 100% igual a 60 directivos y trabajadores encuestados, el 17% de la muestra tanto directivos y trabajador señalo que SI la rentabilidad de los hoteles el Tumi y la Joya ha descendido en estos dos últimos años, al contrario del 83% que NO la rentabilidad de los hoteles el Tumi y la Joya ha descendido en estos dos últimos años, lo

que significa que la mayoría de encuestados la rentabilidad NO ha descendido en estos dos últimos años, con un porcentaje de 83%.

Tabla 16

En la tabla N° 16 se observa, del 100% igual a 60 directivos y trabajadores encuestados, el 100% de la muestra tanto directivos y trabajador señalo que, SI existe una fuerte competencia en el sector hotelero en la ciudad de Huaraz, al contrario, del 0% que NO existe una fuerte competencia en el sector hotelero en la ciudad de Huaraz, lo que significa que la mayoría de encuestados SI existe una fuerte competencia en el sector hotelero en la ciudad de Huaraz, con un porcentaje del 100%

Tabla 17

En la tabla N° 17 se observa, del 100% igual a 60 directivos y trabajadores encuestados, el 83% de la muestra tanto directivos y trabajador señalo que, SI la rentabilidad de los hoteles el Tumi y la Joya ha aumentado en estos dos últimos años, al contrario del 17% que NO la rentabilidad de los hoteles el Tumi y la Joya ha aumentado en estos dos últimos años, lo que significa que la mayoría de encuestados respondió que SI la rentabilidad de los hoteles el Tumi y la Joya ha aumentado en estos dos últimos años, con un porcentaje de 83%.

Tabla 18

En la tabla N° 18 se observa, del 100% igual a 60 directivos y trabajadores encuestados, el 87% de la muestra tanto directivos y trabajador señalo que si es necesario conocer los costos y gastos contables en los que realmente incurren las empresas hoteleras el Tumi o la Joya, mientras que el 13% afirmo que no es necesario conocer los costos y gastos contables en los

que realmente incurren las empresas hoteleras el Tumi o la Joya, lo que significa que si es necesario conocer los costos y gastos contables en los que realmente incurren las empresas hoteleras el Tumi o la Joya, con un porcentaje de 87%.

Tabla 19

En la tabla N° 19 se observa, del 100% igual a 60 directivos y trabajadores encuestados, el 13% de la muestra tanto directivos y trabajador señalo que si se sabe cuánto es la ganancia total de las empresas hoteleras el Tumi y la Joya, al contrario del 87% no sabe cuánto es la ganancia total de las empresas hoteleras el Tumi y la Joya, lo que significa que la mayoría de encuestados que no se sabe cuánto es la ganancia total de las empresas hoteleras el Tumi y la Joya, con porcentaje de 87%.

Tabla 20

En la tabla N° 20 se observa, del 100% igual a 60 directivos y trabajadores encuestados, el 100% de la muestra tanto directivos y trabajador señalo que, si la rentabilidad de los hoteles aumente al producir más productos y servicios, al contrario del 0% que no la rentabilidad de los hoteles aumente al producir más productos y servicios, lo que significa que la mayoría de encuestados rentabilidad de los hoteles si aumente al producir más productos y servicios, con un porcentaje del 100%.

V. Conclusiones

- I. Se ha logrado describir los elementos, clasificaciones y uso de los costos de las empresas hoteles el Tumi y la Joya de la ciudad de Huaraz, 2017. A través de su gerencia, con una muestra igual a 60 directivos y trabajadores encuestados, en la que resalto que el 97% de la mayoría de la muestra tanto directivos y trabajador señalo acertadamente que, si cree que al realizar un análisis de costos y gastos puede mejorar la rentabilidad de las empresas, el 100% el total de la población muestral tanto directivos y trabajador señalo que si cree que al disminuir costos y gastos aumenta la rentabilidad de la empresa.
- II. Quedan determinados los tipos de rentabilidad, ratios de rentabilidad y el punto de equilibrio, a través de su gerencia, con una muestra igual a 60 directivos y trabajadores encuestados, resaltando el 100% de la totalidad de la población muestral tanto directivos y trabajador señalo que la rentabilidad aumenta al disminuir costos y gastos de la empresa.
- III. Queda relacionado los costos y la rentabilidad de los hoteles el Tumi y la Joya de la ciudad de Huaraz, 2017, la rentabilidad está asociada a un previo estímulo de costos y gastos, por lo que la rentabilidad depende del desempeño de los costos, por lo que se detalló que la relación es inversamente proporcional entre las dos variables, dando que cuando los costos disminuyen la rentabilidad aumenta y cuando los costos aumentan la rentabilidad disminuye. Aparte también se encontró algunas variables internas y externas a la que se encuentran asociados las empresas hoteleras que generan el incremento y disminución de la rentabilidad que esta ya queda fuera del ámbito de estudio.

VI. Recomendaciones

- I. Las empresas hoteleras el Tumi y la Joya en la ciudad de Huaraz, 2017, actualmente se encuentran desarrollando sus actividades de manera normal y formal, pero, sin embargo, es necesario realizar un análisis de costos y gastos para determinar mayor grado de productividad y eficacia en la utilización de los recursos, con el fin de mejorar la organización administrativa operativa y productiva en la prestación de servicios.

- II. Mejorar los controles de los procedimientos entre ellos de los recursos utilizados en producción y que ello permita mantener un mejor costo dado que conllevará al incremento de la rentabilidad.

- III. Se recomienda relacionar los costos y la rentabilidad ya que la rentabilidad está asociada a un previo estímulo de costos y gastos, y esta relación permitirá una mayor utilidad.

VII. Referencias Bibliográficas

Altahona, J. (2009). “Libro practico sobre contabilidad de costos. Universidad de investigación y desarrollo - UDI. Año 2009”. Recuperado en:

<http://es.calameo.com/read/002271387de39db260c76>

Albujar, M. (2014). “Estrategias de control de inventarios para optimizar la producción y rentabilidad de la empresa AGRO MACATHON S.A.C.”.

Universidad Autónoma del Perú. Lima-Perú. 2014”. Recuperado en:

<http://repositorio.autonoma.edu.pe/bitstream/AUTONOMA/151/1/ALBUJAR%20ARANGO%20-%20HUAMAN%20IRRAZABAL.pdf>

Cabrera, E. (2012). “Implementación de un sistema de contabilidad de costos y su incidencia en la presentación de estados financieros de la empresa

siderúrgica fundiciones aceros industriales Mejía Villavicencio FIAM

CIA LTDA. Universidad politécnica salesiana. Cuenca - Ecuador. 2012”.

Recuperado en: <https://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/2796>

Collantes, O. (2002). “Contabilidad de costos e Inversión. Editorial Puno. Año 2002”.

Donayre, C. (2010). “Constitución, economía y empresa en el Perú. Editorial UPC”

Días, J. (2000). “Diccionario y manual de contabilidad y administración. Editorial Universo S.A. Lima Perú. Páginas 292”.

Eyzaguirre, J. (2003). “Los Estados Financieros”

- Fernández, G. (2013). “Optimización financiera & costos y gastos”. Recuperado en: <https://prezi.com/q1lcakubtjf5/optimizacion-financiera-reduccion-de-costos-y-gastos/>
- García y Manuel (1992). “Métodos y técnicas de investigación, Madrid, Alianza Universidad Textos”.
- Garbey, N. (2009). “Sistemas de contabilidad y costos en las empresas hoteleras. Editorial Santa Fe. Año 2009”.
- Giraldo (1998). “Contabilidad de Costos y Calidad Total. Lima: Tomo I, Primera Edición”.
- Giraldo (2008). “Contabilidad de Costos a Valores Históricos y Predeterminados (Tomo II)”.
- Hidalgo, V. (2016). “Contabilidad de Costos”. Recuperado en: <https://prezi.com/yw517echsvan/contabilidad-de-costos/>
- Hernández, J. (2016). “Sistema de costos de producción y su influencia en la determinación del costo y precio de las comidas de la empresa el paisa E.I.R.L., distrito de cusco, período agosto octubre del 2016. Universidad Antenor Orrego. Trujillo -Perú. 2016”. Recuperado en: http://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/upaorep/2349/1/re_cont_jefferson.hernandez_sistema.de.costos.de.produccion.y.su.influencia.en.la.determinacion.del.costo_datos.pdf
- Huamán, H. (2008). “La estrategia de costos y su incidencia de los resultados en las empresas hoteleras de la provincia de Huaraz. (Tesis inédita de

maestría). Universidad Santiago Antúnez de Mayolo. Huaraz - Ancash – Perú”.

Luckie, M. (2007). “Contabilidad hotelera. Editorial Reprint. Publicado 2007. Páginas 130 páginas”.

Merino, V. (2014). “Sistema de costos y su efecto en la rentabilidad de la empresa ganadera Productos Lácteos del Norte S.A.C. del Distrito de Santiago de Cao, Año 2015. Universidad Cesar Vallejo. Trujillo – Perú. 2014”.

Recuperado en:

http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/361/merino_pv.pdf?sequence=1

Neuner, J. (2000). “Contabilidad de costos principios y práctica. Editorial Limusa S.A. Año 2000. Páginas 824”.

Ojeda, W. (2016). “Los costos basados en actividades (ABC) y su influencia en la rentabilidad del gran hotel alturas de la ciudad de Huaraz, periodo 2014-2015. Universidad Santiago Antúnez de Mayolo. Huaraz - Ancash – Perú. 2016”. Recuperado en:

<http://repositorio.unasam.edu.pe/handle/UNASAM/1795?show=full>

Pardinas (2005). “Metodología y técnicas de investigación en ciencias sociales. Trigesimoctava edición. México, D.F.: Siglo XXI Editores”.

Perdomo, A. (2001). “Métodos y modelos básicos de planeación financiera. Edición 2da edición. Editorial - international Thomson”.

Peralta, D. (2016). “Aplicación de un sistema de costos para mejorar la rentabilidad del restaurant J&L S.A.C., Bagua 2015. Universidad Señor de Sipan. Pimentel –Perú. 2016”. Recuperado en:

http://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/uss/3060/1/tesis_dora

Rodríguez, U. (2015). “Factores determinantes de la rentabilidad de los bancos en los países del Mercosur. Un enfoque contable. (Tesis Doctoral). Universidad Nacional de Córdoba. Córdoba. 2015”. Recuperado en:

<https://rdu.unc.edu.ar/bitstream/handle/11086/2240/Rodrigues%20Primo%2C%20Uverlan.Factores%20determinantes>

Rodríguez, M. (2012). “Economía y desarrollo. Editorial Pames. Año 2012”.

Sánchez, J. (2002). “Análisis de rentabilidad de la empresa. Análisis de rentabilidad de la empresa”. Recuperado en:

<http://ciberconta.unizar.es/leccion/anarenta/analisisR.pdf>

Simón, P. (1996). “Consultores en administración. Editorial - Las almas del cielo S.A. Páginas 235”.

VIII. Anexos

Anexo 1

CUESTIONARIO ESTRUCTURADO



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y
ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

CUESTIONARIO APLICADO A DIRECTIVOS Y/O TRABAJADORES DE LAS EMPRESAS HOTELERAS EL TUMI Y LA JOYA EN LA CIUDAD DE HUARAZ, 2017

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger la información de las empresas para desarrollar el trabajo de investigación la información que denominado “ANÁLISIS DE COSTOS Y LA RENTABILIDAD DE LAS EMPRESAS HOTELERAS EL TUMI Y LA JOYA EN LA CIUDAD DE HUARAZ, 2014.” usted nos proporcionará será utilizado sólo con fines académicos y de investigación.

ENCUESTADOR(A): Nena Veronica RAMIREZ ORELLANO

INSTRUCCIONES: El presente cuestionario forma parte de un trabajo de investigación contable. Por esta razón se solicita, se digne responder con sinceridad las interrogantes que a continuación se propone, marcando con un aspa(x) la respuesta que cree sea la correcta.

I. DATOS INFORMATIVOS:

1.1. Perfil de la unidad de observación:

1. EDAD:
2. SEXO: (M) (F)
3. Cargo u Ocupación:
 - a) Directivos
 - b) Trabajadores
4. Nivel de Educativo:
 - a) Secundaria
 - b) Superior Técnico
 - c) Superior Universitario

- 5. Estado civil:
 - a) Soltero
 - b) Casado
- 1.2. Perfil de la Empresa:
 - 6. Antigüedad del hotel:
 - a) De 1 a 2 años
 - b) De 3 a 5 años
 - c) De 6 a 9 años
 - d) De 10 a más
 - 7. N° de empleados:
 - a) De 1 a 5 empleados
 - b) De 6 a 10 empleados
 - c) De 11 a 15 empleados
 - d) De 16 a más
 - 8. Tipo de actividad económica:
 - a) Ventas
 - b) Servicios
 - c) Manufactura
 - d) T/A

II. DE LOS ELEMENTOS DE COSTOS:

- 9. ¿Aplican los elementos de costos como la (MOD)(MPD)(CIF) para lograr mejoras en las empresas hoteleras el Tumi y la Joya?
 - a) Siempre
 - b) casi siempre
 - c) A veces
 - d) Nunca
- 10. ¿Aplican las clasificaciones de costos para lograr mejoras en los hoteles el Tumi y la Joya?
 - a) Siempre
 - b) casi siempre
 - c) A veces
 - d) Nunca
- 11. ¿Cree usted que al disminuir costos y gastos puede aumentar la rentabilidad de la empresa?
 - a) Si
 - b) No
- 12. ¿Los hoteles el Tumi y la Joya cuentan con cierto procedimiento o sistema que apoye la inspección minuciosa de los costos?
 - a) Si
 - b) No
- 13. ¿Cree usted que al realizar un análisis de costos y gastos puede mejorar la rentabilidad de las empresas hoteleras el Tumi y la Joya?
 - a) Si
 - b) No

14. ¿Las empresas hoteleras el Tumi y la Joya aplican la contabilidad de costos como una herramienta de control de costos?

- a) Siempre
- b) casi siempre
- c) A veces
- d) Nunca

III. DEL ANÁLISIS DE LA RENTABILIDAD:

15. ¿Cree que la rentabilidad de los hoteles el Tumi y la Joya ha descendido en estos dos últimos años?

- a) Si
- b) No

16. ¿Cree que existe una fuerte competencia en el sector hotelero en la ciudad de Huaraz?

- a) Si
- b) No

17. ¿Cree que la rentabilidad de los hoteles el Tumi y la Joya ha aumentado en estos dos últimos años?

- a) Si
- b) No

18. ¿Cree usted que necesario conocer los costos y gastos contables en los que realmente incurren los hoteles el Tumi y la Joya?

- a) Si
- b) No

19. ¿Se sabe cuánto es la ganancia total de las empresas hoteleras el Tumi y la Joya?

- a) Si
- b) No

20. ¿Cree usted que la rentabilidad aumente al disminuir costos y gastos de la empresa?

- a) Si
- b) No

GRACIAS POR SU APOYO A LA INVESTIGACION.

Anexo 2

Tabla 1
Distribución de frecuencia de la muestra, según grupos etarios

Alternativas	Directivos		Trabajadores		Total		Frecuencia porcentual acumulado
	fi	%	Fi	%	fi	%	
18 - 25	0	0	10	17	10	17	17
25 - 30	0	0	12	20	12	20	37
31- 37	2	3	12	20	14	23	60
38 - 45	2	3	10	17	12	20	80
45 a mas	4	7	8	13	12	20	100
Total	8	13	52	87	60	100	

Fuente: Cuestionario Estructurado
Elaboración: NVRO



Figura 1: Edad de los trabajadores de los hoteles encuestados.
Fuente: Tabla 1

Interpretación:

Se observan en la tabla N° 1, del 100% igual a 60 directivos y trabajadores encuestados, el 17% de la muestra se estila entre 18 a 25 años de edad y el 20% de la muestra señala entre 25 a 30 años de edad y el 23% demuestra entre 31 a 37 años de edad entre trabajadores y directivos y el 20% de la muestra indica entre 38 a 45 años de edad entre trabajadores y directivos y el 20% de la muestra demuestra entre 45 a más años de edad entre trabajadores y directivos, lo que significa que la mayoría de la población muestral corresponden entre 31 a 37 años de edad con un porcentaje del 23%.

Tabla 2

Distribución de frecuencia de la muestra, según sexo

Alternativas	Directivos		Trabajadores		Total		Frecuencia porcentual acumulado
	fi	%	fi	%	fi	%	
Masculino	6	10	30	50	36	60	60
Femenino	2	3	22	37	24	40	100
Total	8	13	52	87	60	100	

Fuente: Cuestionario Estructurado
Elaboración: NVRO

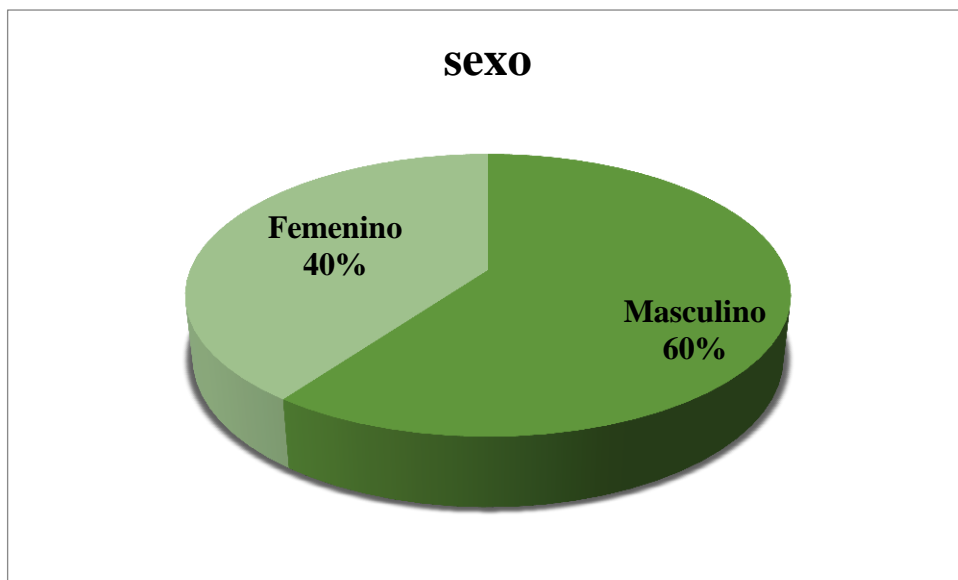


Figura 2: Sexo de los trabajadores de las empresas encuestadas.

Fuente: Tabla 2

Interpretación

En la tabla N° 2 se observa, del 100% igual a 60 directivos y trabajadores encuestados, el 60% de la muestra tanto directivos y trabajador son del sexo masculino y el 40% de la muestra tanto directivos y trabajador son del sexo femenino; lo que significa que la mayoría de la muestra corresponde al sexo masculino quienes laboraban en las empresas hoteleras con porcentaje de 60%.

Tabla 3

Distribución de frecuencia de la muestra, según Cargo u ocupación

Alternativas	fi	%	Frecuencia porcentual acumulado
Directivos	8	13	13
Trabajadores	52	87	100
Total	60	100	

Fuente: Cuestionario Estructurado

Elaboración: NVRO



Figura 3: Cargo o ocupación.

Fuente: Tabla 3

Interpretación

Se observan en la tabla N° 3, del 100% igual a 60 directivos y trabajadores encuestados, el 13% de la muestra asumen el cargo de directivos y el 87% de la muestra asumen los puestos de trabajadores; lo que significa que la mayoría de la muestra asumen los puestos de trabajadores con un porcentaje de 87%.

Tabla 4

Distribución de frecuencia de la muestra, según nivel educativo

Alternativas	Directivos		Trabajadores		Total		Frecuencia porcentual acumulado
	fi	%	fi	%	fi	%	
Secundaria	0	0	6	10	6	10	10
Superior técnico	0	0	34	57	34	57	67
Superior universitario	8	13	12	20	20	33	100
Total	8	13	52	87	60	100	

Fuente: Cuestionario Estructurado

Elaboración: NVRO

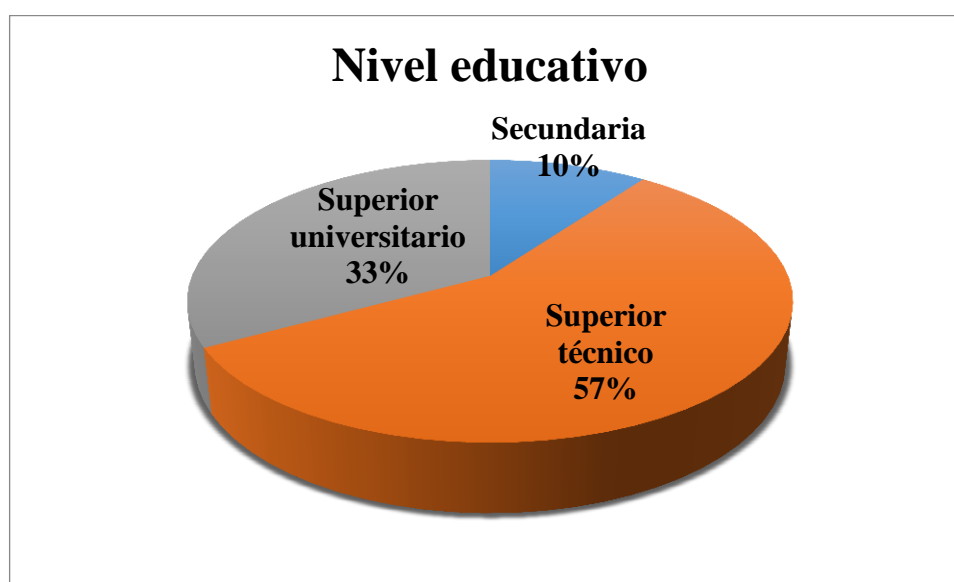


Figura 4: Nivel educativo de los empleados de las empresas encuestadas.

Fuente: Tabla 4

Interpretación

Se observan en la tabla N° 4, del 100% igual a 60 directivos y trabajadores encuestados, el 10% de la muestra pertenecen al nivel educativo de secundaria, el 57% de la muestra pertenecen al nivel educativo superior técnico y el 33% de la muestra pertenecen al nivel educativo de superior universitario; lo que significa que la mayoría de la población corresponden a un grado nivel educativo de educación superior técnico concluido, con un porcentaje de 57%.

Tabla 5

Distribución de frecuencia de la muestra, según estado civil.

Alternativas	fi	%	Frecuencia porcentual acumulado
Soltero	50	83	83
Casado	10	17	100
Total	60	100	

Fuente: Cuestionario Estructurado
Elaboración: NVRO



Figura 5: Estado civil
Fuente: Tabla 5

Interpretación

En la tabla N° 5 se observa, del 100% igual a 60 directivos y trabajadores encuestados, el 83% de la muestra tanto directivos y trabajador son de estado civil soltero y el 17% de la muestra tanto directivos y trabajadores son de estado civil casado; lo que significa que la mayoría de la muestra corresponde al estado civil soltero tanto directivos y trabajadores que laboraban en las empresas hoteleras, con un porcentaje de 83%

Tabla 6

Distribución de frecuencia de la muestra, según antigüedad de los hoteles el Tumi y la Joya

Alternativas	fi	%	Frecuencia porcentual acumulado
De 1 a 2 años	0	0	0
De 3 a 5 años	0	0	0
De 6 a 9 años	0	0	0
De 10 a más	60	100	100
Total	60	100	

Fuente: Cuestionario Estructurado
Elaboración: NVRO



Figura 6: Antigüedad de la empresa
Fuente: Tabla 6

Interpretación

En la tabla N° 6 se observa, del 100% igual a 60 directivos y trabajadores encuestados, el 0% de la muestra manifiesta entre 1 a 2 años de antigüedad, el 0% de la muestra señala entre 3 a 5 años de antigüedad, el 0% demuestra entre 6 a 9 años de antigüedad y el 100% de la muestra afirmaron de 10 años a más años de antigüedad; lo que significa que la totalidad de población muestral afirma que las empresas hoteleras tienen una antigüedad de 10 años a más, con un porcentaje de 100%.

Tabla 7

Distribución de frecuencia de la muestra, según N° de empleados en los hoteles el Tumi y la Joya

Alternativas	fi	%	Frecuencia porcentual acumulado
De 1 a 5 trabajadores	0	0	0
De 6 a 10 trabajadores	0	0	0
De 11 a 15 trabajadores	0	0	0
De 16 a más trabajadores	60	100	100
Total	60	100	

Fuente: Cuestionario Estructurado
Elaboración: NVRO

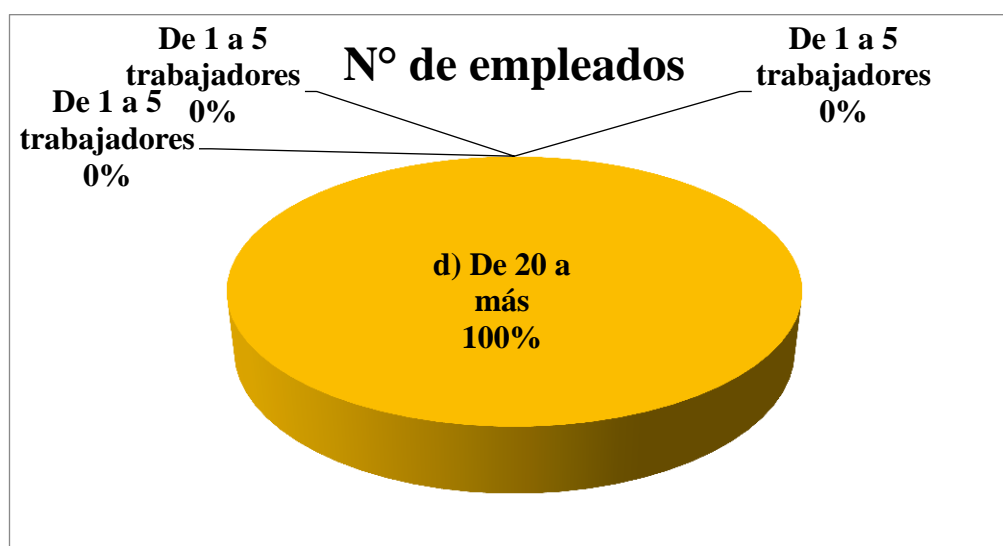


Figura 7: N° de trabajadores
Fuente: Tabla 7

Interpretación

Se observan en la tabla N° 7, del 100% igual a 60 directivos y trabajadores encuestados, el 0% de la muestra manifiesta entre 1 a 5 empleados, el 0% de la muestra señala entre 6 a 10 empleados, el 0% demuestra entre 11 a 15 empleados entre directivos y trabajadores y el 100% de la muestra afirmo de 16 a más empleados entre trabajadores y directivos, lo que significa que la totalidad de la población muestral afirma que laboran de 16 a más empleados en las empresas hoteleras, , con un porcentaje del 100%.

Tabla 8

Distribución de frecuencia de la muestra, de acuerdo al tipo de actividad económica que ejercen los hoteles el Tumi y la Joya

Alternativas	fi	%	Frecuencia porcentual acumulado
Ventas	0	0	0
Servicios	60	100	100
Manufactura	0	0	
T/A	0	0	
Total	60	100	

Fuente: Cuestionario Estructurado
Elaboración: NVRO



Figura 8: Tipo de actividad económica
Fuente: Tabla 8

Interpretación

Se observan en la tabla N° 8, del 100% igual a 60 directivos y trabajadores encuestados, el 0% de la muestra manifiesta a ventas al contrario del 100% de la muestra que señala en servicios y el 0% demuestra a manufactura y el 0% afirma a T/A, lo que significa que la totalidad de la población muestral afirma que las empresas hoteleras son tipo de prestación de servicios, con un porcentaje del 100%.

Tabla 9

Distribución de frecuencia de la muestra, según si aplican los elementos de costos como la (Mano de Obra Directa) (Materia Prima Directa) (Costo Indirecto de Fabricación) para lograr mejoras en las empresas hoteleras el Tumi y la Joya

Alternativas	fi	%	Frecuencia porcentual acumulado
Siempre	6	10	10
Casi siempre	27	45	55
A veces	25	42	97
Nunca	2	3	100
Total	60	100	

Fuente: Cuestionario Estructurado

Elaboración: NVRO

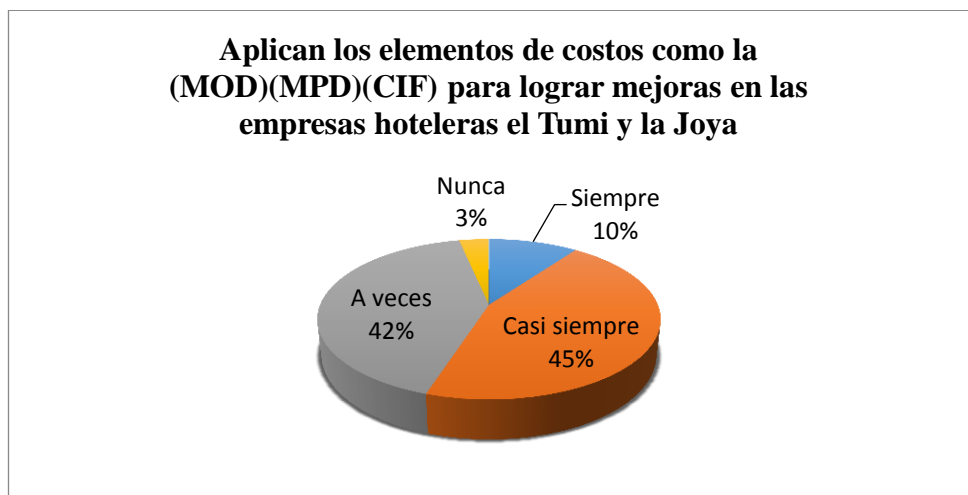


Figura 9: Aplican los elementos de costos como la (Mano de Obra Directa) (Materia Prima Directa) (Costo Indirecto de Fabricación) para lograr mejoras en las empresas hoteleras el Tumi y la Joya

Fuente: Tabla 9

Interpretación

En la tabla N° 9 se observa, del 100% igual a 60 directivos y trabajadores encuestados, el 10% de la muestra tanto directivos y trabajador afirmaron siempre aplican los elementos de costos, el 45% señaló que casi siempre aplican los elementos de costos, el 42% afirmó que a veces aplican los elementos de costos y el 3% afirmó que nunca aplican los elementos de costos, lo que significa que casi siempre aplican los elementos de costos como la (Mano de Obra Directa) (Materia Prima Directa) (Costo Indirecto de Fabricación) para lograr mejoras en las empresas hoteleras el Tumi y la Joya, con un porcentaje de 45%.

Tabla 10

Distribución de frecuencia de la muestra, según si aplican las clasificaciones de costos para lograr mejoras en los hoteles el Tumi y la Joya

Alternativas	fi	%	Frecuencia porcentual acumulado
Siempre	4	7	7
Casi siempre	26	43	50
A veces	28	47	97
Nunca	2	3	100
Total	60	100	

Fuente: Cuestionario Estructurado

Elaboración: NVRO

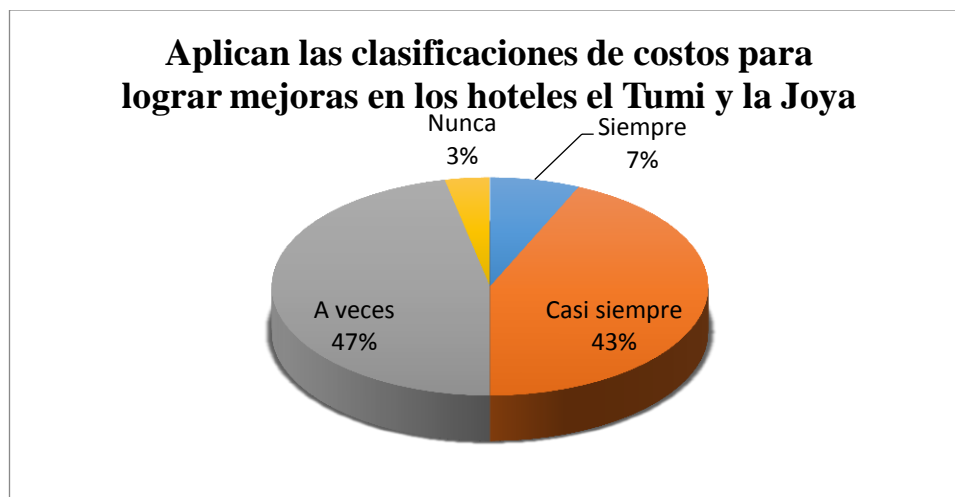


Figura 10: Aplican las clasificaciones de costos para lograr mejoras en los hoteles el Tumi y la Joya

Fuente: Tabla 10

Interpretación

En la tabla N° 10 se observa, del 100% igual a 60 directivos y trabajadores encuestados, el 7% de la muestra tanto directivos y trabajador afirmaron que SIEMPRE aplican las clasificaciones de costos para lograr mejoras en los hoteles el Tumi y la Joya, el 43% señalaron que CASI SIEMPRE aplican las clasificaciones de costos para lograr mejoras en los hoteles el Tumi y la Joya, el 47% afirmó que A VECES aplican las clasificaciones de costos para lograr mejoras en los hoteles el Tumi y la Joya y el 3% afirmó que NUNCA aplican las clasificaciones de costos para lograr mejoras en los hoteles el Tumi y la Joya, lo que significa que A VECES aplican las clasificaciones de costos para lograr mejoras en los hoteles el Tumi y la Joya

Tabla 11

Distribución de frecuencia de la muestra, Cree usted que al disminuir costos y gastos puede aumentar la rentabilidad de la empresa

Alternativas	fi	%	Frecuencia porcentual acumulado
Si	60	100	100
No	0	0	
Total	60	100	

Fuente: Cuestionario Estructurado

Elaboración: NVRO

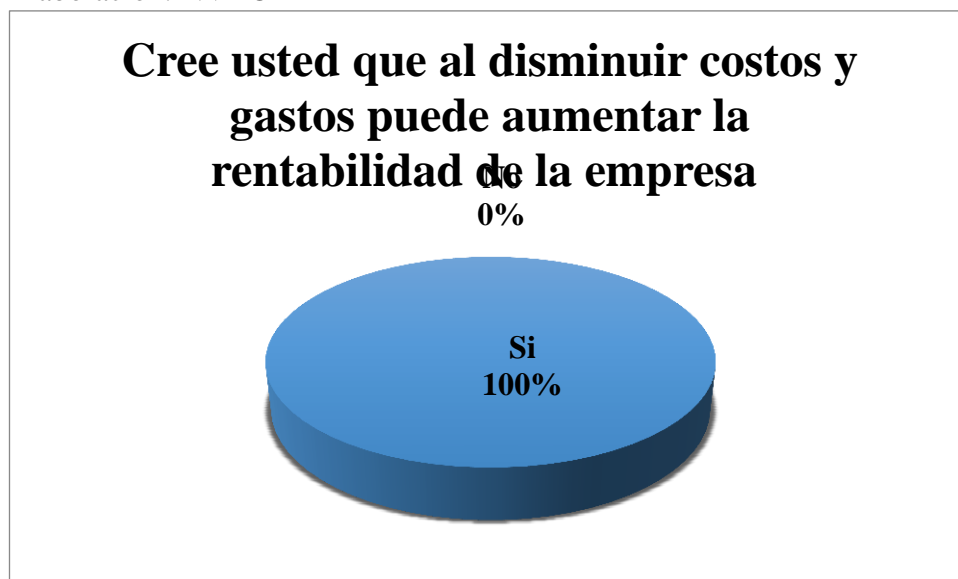


Figura 11: Cree usted que al disminuir costos y gastos puede aumentar la rentabilidad de la empresa

Fuente: Tabla 11

Interpretación

En la tabla N° 11 se observa, del 100% igual a 60 directivos y trabajadores encuestados, el 100% de la muestra tanto directivos y trabajador señalaron que SI al disminuir costos y gastos puede aumentar la rentabilidad de la empresas, al contrario del 0% que afirmo que NO al disminuir costos y gastos puede aumentar la rentabilidad de la empresa, lo que significa que la totalidad de encuestados SI al disminuir los costos y gastos puede aumentar la rentabilidad de la empresa, lo que significa que el total de encuestados afirmaron que SI al disminuir costos y gastos puede aumentar la rentabilidad de la empresa, con un porcentaje del 100%.

Tabla 12

Distribución de frecuencia de la muestra, según si los hoteles el Tumi y la Joya cuentan con cierto procedimiento o sistema que apoye la inspección minuciosa de los costos

Alternativas	fi	%	Frecuencia porcentual acumulado
Si	10	17	17
No	50	83	100
Total	60	100	

Fuente: Cuestionario Estructurado
Elaboración: NVRO

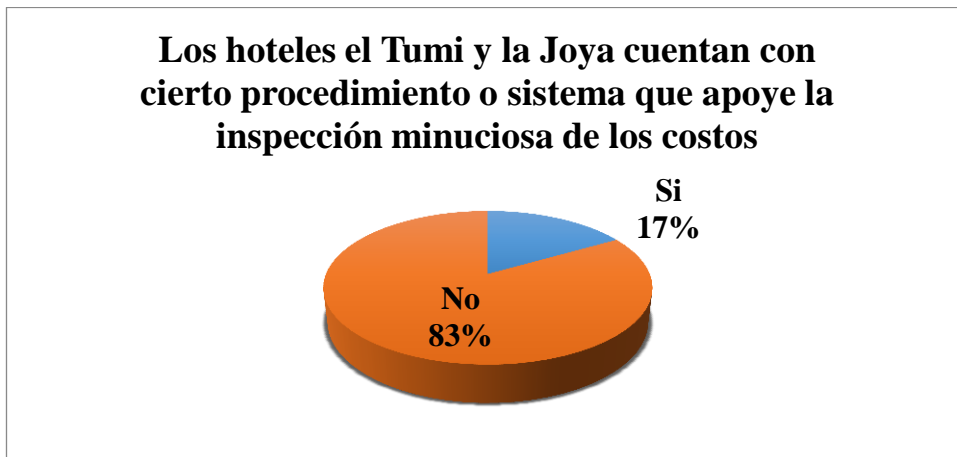


Figura 12: los hoteles el Tumi y la Joya cuentan con cierto procedimiento o sistema que apoye la inspección minuciosa de los costos

Fuente: Tabla 12

Interpretación

Se observan en la tabla N° 12, del 100% igual a 60 directivos y trabajadores encuestados, el 17% de la muestra tanto directivos y trabajador señalo que, SI los hoteles el Tumi y la Joya cuentan con cierto procedimiento o sistema que apoye la inspección minuciosa de costos y toma de decisiones, mientras que el 83% afirmo que NO los hoteles el Tumi y la Joya no cuentan con cierto procedimiento o sistema que apoye la inspección minuciosa de costos y toma de decisiones, este hecho significa que la mayoría de la muestra encuestada afirmaron que los hoteles el Tumi y la Joya NO cuentan con cierto procedimiento o sistema que apoye la inspección minuciosa de costos y toma de decisiones, con un porcentaje de 83%.

Tabla 13

Distribución de frecuencia de la muestra, Cree usted que al realizar un análisis de costos y gastos puede mejorar la rentabilidad de las empresas hoteleras el Tumi y la Joya

Alternativas	fi	%	Frecuencia porcentual acumulado
Si	58	97	97
No	2	3	100
Total	60	100	

Fuente: Cuestionario Estructurado

Elaboración: NVRO



Figura 13: Cree usted que al realizar un análisis de costos y gastos puede mejorar la rentabilidad de las empresas hoteleras el Tumi y la Joya

Fuente: Tabla 13

Interpretación

En la tabla N° 13 se observa, del 100% igual a 60 directivos y trabajadores encuestados, el 97% de la muestra tanto directivos y trabajador señalaron que SI al realizar un análisis de costos y gastos puede mejorar la rentabilidad de las empresas hoteleras el Tumi y la Joya, mientras que el 3% afirmó que NO al realizar un análisis de costos y gastos puede mejorar la rentabilidad de las empresas hoteleras el Tumi y la Joya, lo que significa que SI al realizar un análisis de costos y gastos puede mejorar la rentabilidad de las empresas hoteleras el Tumi y la Joya, con un porcentaje de 97%.

Tabla 14

Distribución de frecuencia de la muestra, las empresas hoteleras el Tumi y la Joya aplican la contabilidad de costos como una herramienta de control de costos

Alternativas	fi	%	Frecuencia porcentual acumulado
Siempre	30	50	50
Casi siempre	12	20	70
A veces	10	17	87
Nunca	8	13	100
Total	60	100	

Fuente: Cuestionario Estructurado

Elaboración: NVRO

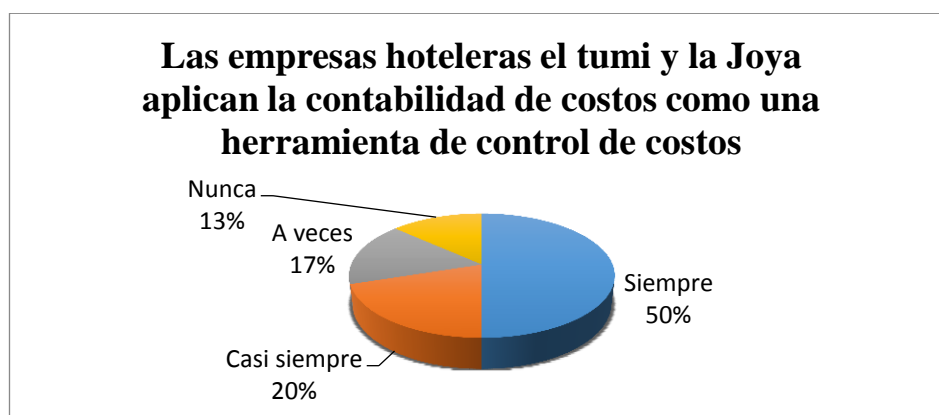


Figura 14: las empresas hoteleras el Tumi y la Joya aplican la contabilidad de costos como una herramienta de control de costos

Fuente: Tabla 14

Interpretación

En la tabla N° 14 se observa, del 100% igual a 60 directivos y trabajadores encuestados, el 50% de la muestra tanto directivos y trabajador afirmaron que SIEMPRE las empresas hoteleras el Tumi y la Joya aplican la contabilidad de costos como una herramienta de control de costos, el 20% señalaron que CASI SIEMPRE las empresas hoteleras el Tumi y la Joya aplican la contabilidad de costos como una herramienta de control de costos, el 17% afirmaron que A VECES las empresas hoteleras el Tumi y la Joya aplican la contabilidad de costos como una herramienta de control de costos y el 13% afirmaron que NUNCA las empresas hoteleras el Tumi y la Joya aplican la contabilidad de costos como una herramienta de control de costos, lo que significa que SIEMPRE las empresas hoteleras el Tumi y la Joya aplican la contabilidad de costos como una herramienta de control de costos, con un porcentaje de 50%.

Tabla 15

Distribución de frecuencia de la muestra, cree que la rentabilidad de los hoteles el Tumi y la Joya ha descendido en estos dos últimos años.

Alternativas	fi	%	Frecuencia porcentual acumulado
Si	10	17	17
No	50	83	
Total	60	100	

Fuente: Cuestionario Estructurado

Elaboración: NVRO



Figura 15: Cree usted que la rentabilidad de los hoteles ha descendido en estos dos últimos años

Fuente: Tabla 15

Interpretación

En la tabla N° 15 se observa, del 100% igual a 60 directivos y trabajadores encuestados, el 17% de la muestra tanto directivos y trabajador señalaron que SI la rentabilidad de los hoteles el Tumi y la Joya ha descendido en estos dos últimos años, al contrario del 83% que NO la rentabilidad de los hoteles el Tumi y la Joya ha descendido en estos dos últimos años, lo que significa que la mayoría de encuestados la rentabilidad NO ha descendido en estos dos últimos años, con un porcentaje de 83%.

Tabla 16

Distribución de frecuencia de la muestra, existe una fuerte competencia en el sector hotelero en Huaraz

Alternativas	fi	%	Frecuencia porcentual acumulado
Si	60	100	100
No	0	0	
Total	60	100	

Fuente: Cuestionario Estructurado

Elaboración: NVRO



Figura 16: Cree que existe una fuerte competencia en el sector hotelero en Huaraz

Fuente: Tabla 16

Interpretación

En la tabla N° 16 se observa, del 100% igual a 60 directivos y trabajadores encuestados, el 100% de la muestra tanto directivos y trabajador señalaron que, SI existe una fuerte competencia en el sector hotelero en la ciudad de Huaraz, al contrario, del 0% que NO existe una fuerte competencia en el sector hotelero en la ciudad de Huaraz, lo que significa que la mayoría de encuestados SI existe una fuerte competencia en el sector hotelero en la ciudad de Huaraz, con un porcentaje del 100%

Tabla 17

Distribución de frecuencia de la muestra, cree que la rentabilidad de los hoteles el Tumi y la Joya ha aumentado en estos dos últimos años

Alternativas	fi	%	Frecuencia porcentual acumulado
Si	50	83	83
No	10	17	100
Total	60	100	

Fuente: Cuestionario Estructurado

Elaboración: NVRO

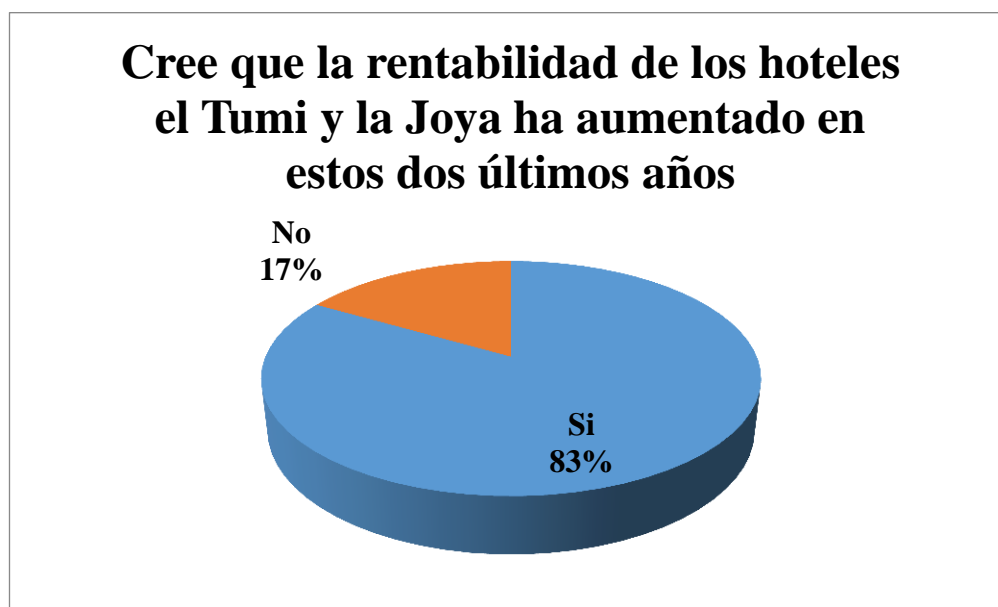


Figura 17: Cree usted que la rentabilidad de la empresa ha mejorado en los últimos dos años
Fuente: Tabla 17

Interpretación

En la tabla N° 17 se observa, del 100% igual a 60 directivos y trabajadores encuestados, el 83% de la muestra tanto directivos y trabajador señalaron que, SI la rentabilidad de los hoteles el Tumi y la Joya ha aumentado en estos dos últimos años, al contrario del 17% que NO la rentabilidad de los hoteles el Tumi y la Joya ha aumentado en estos dos últimos años, lo que significa que la mayoría de encuestados respondió que SI la rentabilidad de los hoteles el Tumi y la Joya ha aumentado en estos dos últimos años, con un porcentaje de 83%.

Tabla 18

Distribución de frecuencia de la muestra, cree usted que necesario conocer los costos y gastos contables en los que realmente incurren las empresas hoteleras el Tumi y la Joya

Alternativas	fi	%	Frecuencia porcentual acumulado
Si	52	87	87
No	8	13	100
Total	60	100	

Fuente: Cuestionario Estructurado

Elaboración: NVRO



Figura 18: Cree usted que necesario conocer los costos y gastos contables en los que realmente incurren las empresas hoteleras el Tumi o la Joya

Fuente: Tabla 18

Interpretación

En la tabla N° 18 se observa, del 100% igual a 60 directivos y trabajadores encuestados, el 87% de la muestra tanto directivos y trabajador señalaron que si es necesario conocer los costos y gastos contables en los que realmente incurren las empresas hoteleras el Tumi o la Joya, mientras que el 13% afirmó que no es necesario conocer los costos y gastos contables en los que realmente incurren las empresas hoteleras el Tumi o la Joya, lo que significa que si es necesario conocer los costos y gastos contables en los que realmente incurren las empresas hoteleras el Tumi o la Joya, con un porcentaje de 87%.

Tabla 19

Distribución de frecuencia de la muestra, Se sabe cuánto es la ganancia total de las empresas hoteleras el Tumi y la Joya

Alternativas	fi	%	Frecuencia porcentual acumulado
Si	8	13	13
No	52	87	100
Total	60	100	

Fuente: Cuestionario Estructurado

Elaboración: NVRO

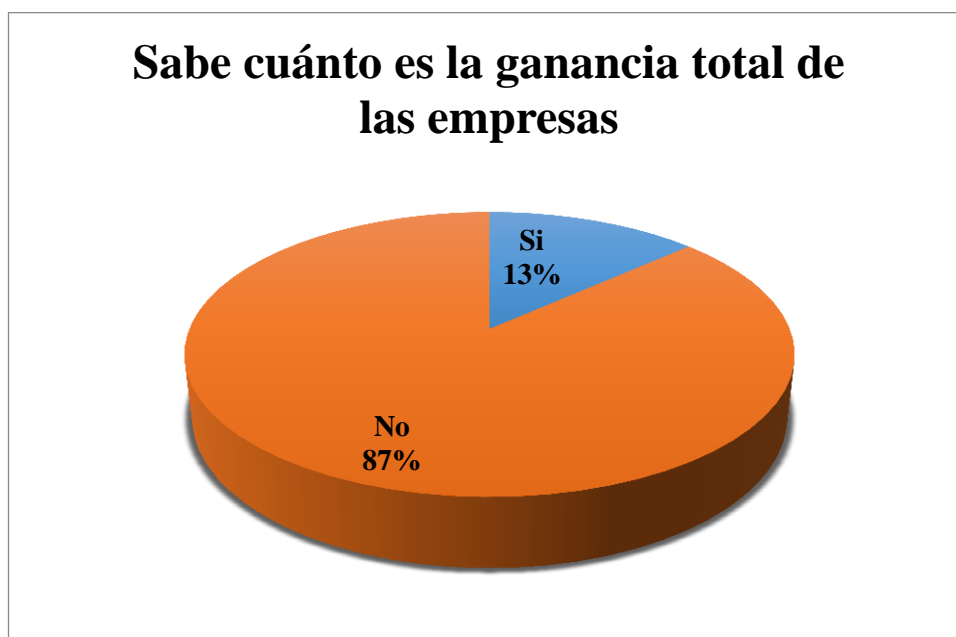


Figura 19: Sabe cuánto es la ganancia total de las empresas

Fuente: Tabla 19

Interpretación

En la tabla N° 19 se observa, del 100% igual a 60 directivos y trabajadores encuestados, el 13% de la muestra tanto directivos y trabajador señalo que si se sabe cuánto es la ganancia total de las empresas hoteleras el Tumi y la Joya, al contrario del 87% no sabe cuánto es la ganancia total de las empresas hoteleras el Tumi y la Joya, lo que significa que la mayoría de encuestados que no se sabe cuánto es la ganancia total de las empresas hoteleras el Tumi y la Joya, con porcentaje de 87%.

Tabla 20

Distribución de frecuencia de la muestra, cree usted que la rentabilidad de los hoteles aumente al producir más productos y servicios

Alternativas	fi	%	Frecuencia porcentual acumulado
Si	60	100	100
No	0	0	
Total	60	100	

Fuente: Cuestionario Estructurado

Elaboración: NVRO

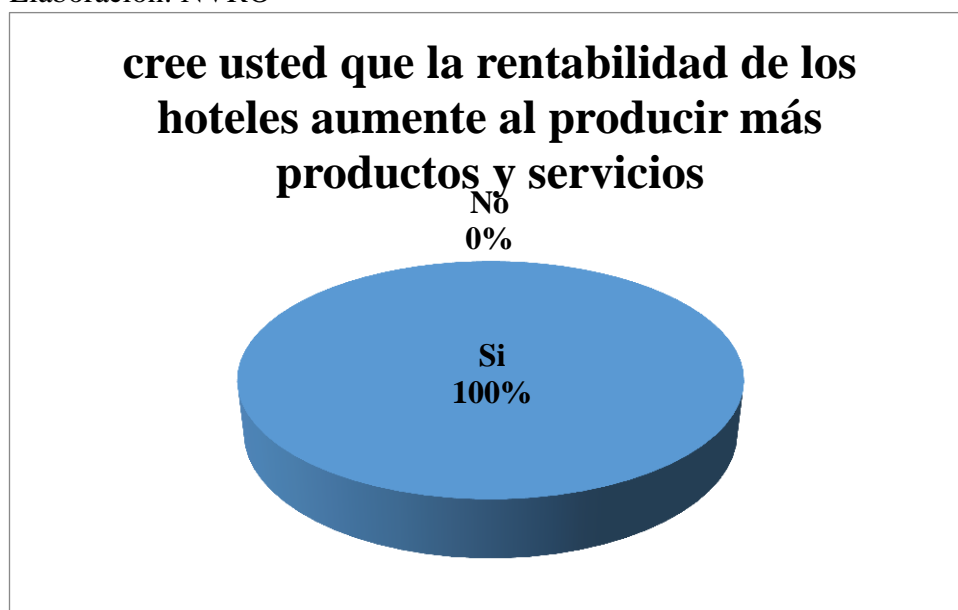


Figura 20: cree usted que la rentabilidad de los hoteles aumente al producir más productos y servicios

Fuente: Tabla 20

Interpretación

En la tabla N° 22 se observa, del 100% igual a 60 directivos y trabajadores encuestados, el 100% de la muestra tanto directivos y trabajador señalaron que, si la rentabilidad de los hoteles aumente al producir más productos y servicios, al contrario del 0% que no la rentabilidad de los hoteles aumente al producir más productos y servicios, lo que significa que la mayoría de encuestados rentabilidad de los hoteles si aumente al producir más productos y servicios, con un porcentaje del 100%.

Anexo 3

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q}{E}$$

Con ajuste

$$n = \frac{n_0}{1 + \frac{n_0}{N}}$$

Dónde:

$$N = \text{nivel confianza } \frac{(1.96)^2 \times 0.50 \times 0.50}{(0.05)^2} = \frac{0.9604}{0.0025} = 384$$

Reajuste

$$n = \frac{n_0}{1 + \frac{n_0}{N}}$$

Reemplazando:

$$n = \frac{384}{1 + \frac{384}{175}} = \frac{384}{3,194} = 120$$

$$n = \frac{120}{1 + \frac{120}{175}} = \frac{120}{1,686} = 60$$