

UNIVERSIDAD PERUANA DE CIENCIAS E INFORMÁTICA

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y DE NEGOCIOS

CARRERA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD, AUDITORIA Y FINANZAS



TESIS:

**“LA GESTION DE COSTOS DE SERVICIO Y LA RENTABILIDAD EN LA
EMPRESA DHZ BACKLINE E.I.R.L. 2016”**

PRESENTADO POR:

BACH. MANOSALVA JESICH, JOSE ALEJANDRO

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

CONTADOR PUBLICO

ASESOR:

DRA. CPC ANA MARÍA MENDOZA TORRES

LIMA-PERÚ

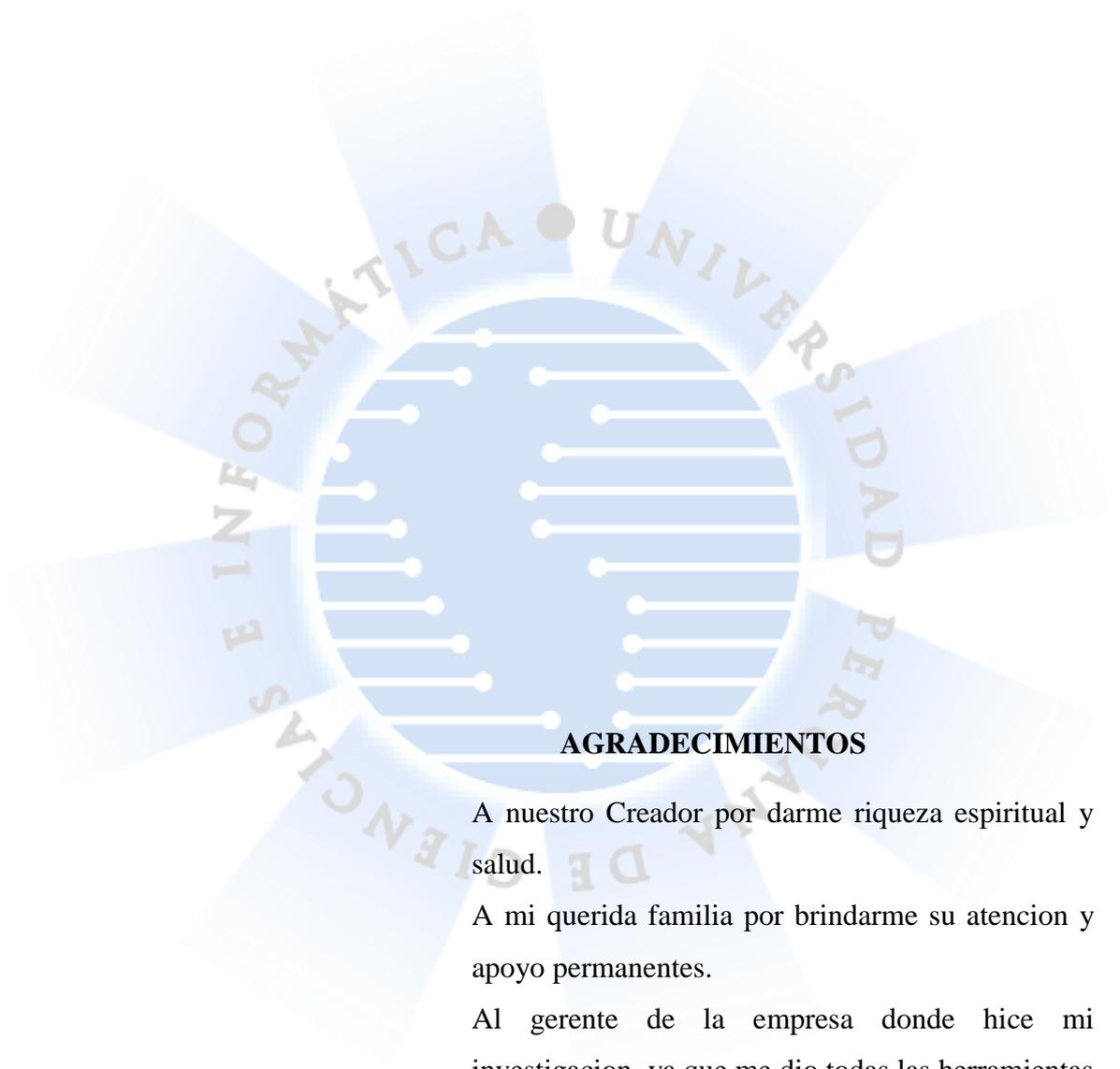
2020



DEDICATORIA

A MIS PADRES

Fueron una influencia muy positiva para mi formación profesional y personal, acompañándome en mis buenos y malos momentos.



AGRADECIMIENTOS

A nuestro Creador por darme riqueza espiritual y salud.

A mi querida familia por brindarme su atención y apoyo permanentes.

Al gerente de la empresa donde hice mi investigación ya que me dio todas las herramientas posibles para poder explayarme en el tema.

RESUMEN

En la actualidad, en que el mundo globalizado se caracteriza porque tienen primacía los mercados de capitales y las relaciones entre los negocios, la venta masiva de mercancías y servicios, las campañas publicitarias agresivas y la competitividad de las empresas, entre otras actividades no tienen fronteras, es obligatorio que las empresas desarrollen una gestión eficaz de costos, con el fin de facilitar el cumplimiento de las prioridades que se ha planteado con antelación, contribuir al establecimiento de ventajas competitivas y promover en el personal integrante, una cultura de orden, eficiencia y transparencia, donde la aplicación de los costos redundará tanto en los resultados de las operaciones como en el desarrollo de capacidades y mantenimiento de la imagen institucional.

Últimamente, el sector servicio ha mantenido un crecimiento sostenido en la economía nacional, de tal manera que un alto porcentaje de la mano de obra se encuentra empleada en estas organizaciones que presentan características particulares; sin embargo, cuando se trata del tema de costos, ésta se encuentra estrechamente vinculada al sector industrial y permite desarrollar abundante información, y, en cuanto al sector servicios, la información escasea.

Actualmente el entorno empresarial se encuentra ante una economía globalizada en la cual el desarrollo es vertiginoso por los avances tecnológicos y las nuevas estrategias comerciales, en el ámbito de las empresas de servicios, los costos se incrementan cada vez más y se hacen más complejos de determinar, por lo que no es fácil determinar los costos del servicio; constituyendo un reto para muchas empresas inmersas en esta actividad.

La rentabilidad es un concepto importante en las empresas modernas; no obstante ello, es el menos comprendido por quienes lo utilizan en sus actividades cotidianas, ya que generalmente existe la creencia de que cualquier empresa que consigue aminorar sus costos por debajo de sus ingresos que lo hace obtener un resultado positivo, se considera rentable; pero este concepto es totalmente contable y no quiere decir que la empresa haya tenido éxito.

El propósito de la presente investigación es proporcionar la adecuada información para la aplicación y determinación de los costos en las empresas que prestan servicios, con la finalidad de coadyuvar al logro de un incremento sostenible de su rentabilidad.

Para llevar a efecto la contrastación del objetivo y comprobación de la hipótesis, el estudio se validó con juicio de expertos consultados. El estudio fue programado de enfoque cuantitativo, de tipo aplicada, de nivel descriptiva - explicativa y de diseño no experimental de corte transversal. Se realizó comprobaciones muestrales con un tamaño poblacional de 18 personas que trabajan en las áreas en estudio en la Empresa DHZ BACKLINE E.I.R.L., nivel de confianza del 95%, valor de proporción poblacional del 50 % y límite de error de la inferencia estadística se ejecutó mediante la prueba de correlación de Pearson (r), bivariada, nivel de significancia p -value

(p) de 0.05; asimismo, se logró calcular la correlación de variables y su respectiva covarianza obteniendo un r de 93.3%.

Después de la aplicación de las técnicas de la encuesta y la entrevista, utilizando los instrumentos: Cuestionario y Guía de Entrevista, respectivamente, en concordancia con el objetivo, la investigación concluyó que la gestión de los costos de servicio tiene incidencia significativa en la rentabilidad en la empresa DHZ BACKLINE E.I.R.L y a través de sus recomendaciones dará solución a las deficiencias anotadas y preverá que no se susciten nuevamente; las que se presentaron debido a que no se realizó un eficiente diagnóstico en forma oportuna, para detectar las fallas constatadas y adoptar las medidas correctivas, lo que le hubiera permitido tomar decisiones acertadas para lograr sus objetivos a corto, mediano y largo plazo; para lo cual deberá establecer una cultura organizacional en la que el trabajo de todos los involucrados tiendan a agilizar los procesos para así evitar deficiencias en la gestión de costos y de esta manera incrementar su rentabilidad.

Palabras Claves: Empresa de servicios, costo de servicio, modelos del costo, rentabilidad.

ABSTRACT

In advance, contribute to the establishment of competitive advantages and promote in the staff members, a culture of order, efficiency and transparency, where the application of costs will result both in the results of operations and in the development of capacities and maintenance of the institutional image.

Lately, the service sector has maintained a sustained growth in the national economy, so that a high percentage of the workforce is employed in these organizations that have particular characteristics; However, when it comes to the issue of costs, it is closely linked to the industrial sector and allows the development of abundant information, and, as for the services sector, information is scarce.

Currently, the business environment is facing a globalized economy in which development is vertiginous due to technological advances and new commercial strategies, in the field of service companies, costs are increasing more and more and more complex to determine, so it is not easy to determine service costs; constituting a challenge for many companies immersed in this activity.

Profitability is an important concept in modern companies; nevertheless, it is the least understood by those who use it in their daily activities, since there is generally the belief that any company that manages to reduce its costs below its income that makes it obtain a positive result, is considered profitable; But this concept is fully accounting and does not mean that the company has been successful.

The purpose of this research is to provide adequate information for the application and determination of costs in the companies that provide services, in order to contribute to the achievement of a sustainable increase in their profitability.

To carry out the contrast of the objective and verification of the hypothesis, the study was validated with the opinion of experts consulted. The study was programmed with a quantitative approach, of an application type, of a descriptive - explanatory level and of a non-experimental design of a cross-section. Sample checks were carried out with a population size of 18 people working in the areas under study in the DHZ BACKLINE EIRL Company, 95% confidence level, 50% population proportion value and statistical inference error limit was executed by Pearson's correlation test (r), bivariate, significance level p -value (p) of 0.05; Likewise, it was possible to calculate the correlation of variables and their respective covariance, obtaining an r of 93.3%.

After the application of the survey and interview techniques, using the instruments: Questionnaire and Interview Guide, respectively, in accordance with the objective, the investigation concluded that the management of service costs has a significant impact on profitability in The company DHZ BACKLINE EIRL and through its recommendations will solve

the deficiencies noted and prevent them from arising again; those that were presented because an efficient diagnosis was not carried out in a timely manner, to detect the failures found and take corrective measures, which would have allowed it to make sound decisions to achieve its objectives in the short, medium and long term; for which it will have to establish an organizational culture in which the work of all those involved tend to speed up the processes in order to avoid deficiencies in cost management and thus increase their profitability.

Keywords: Service company, service cost, cost models, profitability.



INDICE GENERAL

DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTOS	iii
RESUMEN	iv
ABSTRACT	vi
INDICE GENERAL	viii
LISTA DE FIGURAS	xi
LISTA DE TABLAS	xii
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I	3
EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	3
1.1 Descripción del problema.....	3
1.2 Formulación del problema	4
1.2.1 Problema General	4
1.2.2 Problemas Específicos.....	4
1.3 Objetivos de la investigación:	5
1.3.1 Objetivo General	5
1.3.2 Objetivos Específicos.....	5
1.4 Justificación de la investigación.....	5
1.4.1 Justificación teórica.....	5
1.4.2 Justificación Metodológica.....	5
1.4.3 Justificación Practica - Social.....	5
1.5 Limitaciones del estudio.....	6
CAPITULO II	7
MARCO TEORICO	7
2.1 Antecedentes de la investigación	7
2.1.1 Internacionales	7
2.1.2 Nacionales	9
2.2 Bases teóricas	11
2.2.1 Gestión de costos de servicio	11
3.3 Definición de Términos.....	38
2.4 Hipótesis.....	41
2.4.1 Hipótesis general	41

2.4.2.	Hipótesis específicas	41
2.5	Variables e indicadores	41
2.6	Matriz de consistencia.....	42
2.7	Empresa DHZ BACKLINE E.I.R.L.....	43
2.7.1	Antecedentes	43
2.7.2	Misión	43
2.7.3	Visión	43
2.7.4	Objetivos Estratégicos de la Empresa	43
2.7.5	Valores	44
2.7.6	Organigrama.....	46
CAPITULO III.....		46
METODOLOGICA DE LA INVESTIGACION.....		46
3.1	Diseño Metodológico	46
3.1.1	Enfoque de la Investigación	46
3.1.2	Tipo de Investigación	46
3.1.3	Nivel de la Investigación.....	46
3.1.4	Diseño	47
3.2	Población, Unidad de Análisis y Muestra	47
3.2.1	Población.....	47
3.2.2	Unidad de Analisis	48
3.2.3	Muestra.....	48
3.3	Matriz de conceptualización y operacionalización de variables e indicadores	49
3.4	Participantes: Criterios de Inclusión y de Exclusión.....	51
3.4.1	Criterios de Inclusión	51
3.4.2.	Criterios de Exclusión	51
3.5	Instrumentos de Investigación.....	51
3.5.1	Validación del instrumento	51
3.5.2	Confiabilidad del instrumento.....	51
3.6	Procedimientos	53
3.7	Aspectos Éticos	54
3.7.1	En la toma de decisiones	54
3.7.2	En la explotación de investigaciones anteriores.....	54
3.7.4	En la recolección de datos	54
3.7.5	En la confidencialidad de los datos	54
CAPÍTULO IV		55

RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	55
4.1 Presentación de los resultados.....	55
4.1.2 Resultados cuantitativos de rentabilidad.....	66
4.3 Contrastación de Hipótesis.....	77
4.3.1 Hipótesis general.....	77
4.3.2 Hipótesis específica 1.....	78
4.3.3 Hipótesis específica 2.....	78
4.3.4 Hipótesis específica 3.....	79
4.4 Discusión de Resultados.....	80
4.4.1 Hipótesis General.....	80
4.4.2 Hipótesis Específica 1.....	81
4.4.3 Hipótesis Específica 2.....	82
4.4.4 Hipótesis Específica 3.....	82
CAPÍTULO V.....	84
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	84
5.1 Conclusiones.....	84
5.2 Recomendaciones.....	85
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	87
ANEXOS.....	90
ANEXO N° 1: Instrumento de Recolección de datos – Cuestionario.....	91
ANEXO N° 2: Instrumento de Recolección de Datos – Guía de Entrevista.....	93
ANEXO N° 3: Fichas de validación del instrumento.....	95
ANEXO N° 3: Evidencia de similitud digital.....	98
ANEXO N° 4: Autorización de publicación en repositorio.....	108

LISTA DE FIGURAS

Figura N° 1 Los componentes del riesgo en el portafolio.....	34
Figura N° 2 Tipología de los riesgos.....	36
Figura N° 3 Organigrama de la empresa.....	46
Figura N° 4 Resultado gráfico de la pregunta 1.....	56
Figura N° 5 Resultado gráfico de la pregunta 2.....	57
Figura N° 6 Resultado gráfico de la pregunta 3.....	58
Figura N° 7 Resultado gráfico de la pregunta 4.....	59
Figura N° 8 Resultado tabular de la pregunta 5.....	60
Figura N° 9 Resultado gráfico de la pregunta 5.....	60
Figura N° 10 Resultado gráfico de la pregunta 6.....	61
Figura N° 11 Resultado gráfico de la pregunta 7.....	62
Figura N° 12 Resultado gráfico de la pregunta 8.....	63
Figura N° 13 Resultado gráfico de la pregunta 9.....	64
Figura N° 14. Resultado gráfico de la pregunta 10.....	65
Figura N° 15. Resultado gráfico de la pregunta 11.....	66
Figura N° 16. Resultado gráfico de la pregunta 12.....	67
Figura N° 17. Resultado gráfico de la pregunta 13.....	68
Figura N° 18. Resultado gráfico de la pregunta 14.....	69
Figura N° 19. Resultado gráfico de la pregunta 15.....	70
Figura N° 20. Resultado gráfico de la pregunta 16.....	71
Figura N° 21. Resultado gráfico de la pregunta 17.....	72
Figura N° 22. Resultado gráfico de la pregunta 18.....	73
Figura N° 23. Resultado gráfico de la pregunta 19.....	74
Figura N° 24. Resultado gráfico de la pregunta 20.....	75
Figura N° 25. Cuadro de indicadores comunes de las variables vs. actores.....	77

LISTA DE TABLAS

Tabla N ^a 1 Variables e Indicadores	41
Tabla N ^a 2 Estratificación de la Población	47
Tabla N ^a 3 Unidad de Analisis	48
Tabla N ^a 4 Análisis de Confiabilidad del Instrumento	52
Tabla N ^a 5 Escala de Valoración utilizada en la encuesta.....	55
Tabla N ^a 6 Resultado tabular de la pregunta 1	56
Tabla N ^a 7 Resultado tabular de la pregunta 2	57
Tabla N ^a 8 Resultado tabular de la pregunta 3	58
Tabla N ^a 9 Resultado tabular de la pregunta 4	59
Tabla N ^a 10 Resultado tabular de la pregunta 6	61
Tabla N ^a 11 Resultado tabular de la pregunta 7	62
Tabla N ^a 12 Resultado tabular de la pregunta 8	63
Tabla N ^a 13 Resultado tabular de la pregunta 9	64
Tabla N ^a 14 Resultado tabular de la pregunta 10	65
Tabla N ^a 15. Resultado tabular de la pregunta 11	66
Tabla N ^a 16. Resultado tabular de la pregunta 12	66
Tabla N ^a 17. Resultado tabular de la pregunta 13	68
Tabla N ^a 18 Resultado tabular de la pregunta 14	68
Tabla N ^a 19. Resultado tabular de la pregunta 15	70
Tabla N ^a 20. Resultado tabular de la pregunta 16	71
Tabla N ^a 21. Resultado tabular de la pregunta 17	72
Tabla N ^a 22. Resultado tabular de la pregunta 18	73
Tabla N ^a 23. Resultado tabular de la pregunta 19	74
Tabla N ^a 24 Resultado tabular de la pregunta 20	75
Tabla N ^a 25. Matriz de Correlación de la hipótesis general	77
Tabla N ^a 26. Matriz de Correlación de la hipótesis específica 1	78
Tabla N ^a 27. Matriz de Correlación de la hipótesis específica 2	79
Tabla N ^a 28. Matriz de Correlación de la hipótesis específica 3	80

INTRODUCCIÓN

En nuestro País como en otros países a nivel mundial, no todas las empresas dedicadas al rubro de prestación de servicios identifican, analizan y determinan sus costos de servicios en forma técnica contable, sino que lo hacen en forma empírica sin aplicar un sistema de costos; por lo que los gerentes deben ejercer un control efectivo de sus costos, a través de acciones que tiendan al mejoramiento de los procesos y procedimientos en las áreas de producción, con la finalidad de identificar y determinar el costo de sus productos o servicios y de esta manera tomar decisiones acertadas.

Una gestión eficiente de costos desarrolla estrategias competitivas combinando la planificación estratégica, el análisis de la cadena de valor, el análisis de los causales de costos, y el análisis del posicionamiento estratégico, para facilitar el estudio y el análisis de los costos de manera organizada.

Los sistemas de costeo permiten cimentar las relaciones de la empresa con los proveedores y las organizaciones que le proveen de servicios en la elaboración de su producto con el fin de evitar la comisión de errores en la producción y lograr una eficiente determinación de costos, para de esta manera incrementar su rentabilidad.

El objetivo de esta tesis es determinar la gestión de costos y su influencia en la rentabilidad de la empresa; es decir, en qué medida la gestión de costos de servicio influye en el establecimiento del precio de venta dentro del valor de mercado considerando todos los costos incurridos en las operaciones sin que éstos perjudiquen su rentabilidad.

El trabajo desarrollado comprende cinco capítulos:

Capítulo I: comprende el Problema de la investigación, la descripción del problema, la formulación del problema general y el problema específico, el objetivo general y objetivos específicos de la investigación, justificación e importancia de la investigación y por último las limitaciones del estudio.

Capítulo II marco teórico, incluye los antecedentes de la investigación, las bases teóricas, las definiciones conceptuales, formulación de hipótesis general y específicas, las variables de la investigación y la matriz de consistencia.

Capítulo III: Metodología de la investigación, que contiene el diseño metodológico que incluye el enfoque de la investigación, el tipo de investigación, el nivel de la investigación, el diseño de la investigación, la población, unidad de análisis y muestra, también la matriz de conceptualización y operacionalización de variables e indicadores, los participantes, criterios de

inclusión y exclusión, los instrumentos de la investigación, su validación y confiabilidad y por ultimo el procedimiento seguido en la investigación y los aspectos éticos.

Capítulo IV: Resultados y discusión, presenta los resultados descriptivos y discusión de los mismos, los indicadores comunes de las variables vs actores, la contrastación de las hipótesis, y por último la discusión de los resultados.

Capítulo V: se consignan las Conclusiones y Recomendaciones. Por último, se considera las referencias y anexos correspondientes.



CAPÍTULO I

EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 Descripción del problema

La base fundamental para las decisiones gerenciales es la información fidedigna y detallada de los costos incurridos de los productos o servicios que la empresa comercializa; lo que hace inevitable pensar que cuanto más se acerquen los costos a la realidad, mejor será la certeza de la decisión que se tome; lo que quiere decir que los costos cumplen un rol preponderante en este marco de acción, y consecuentemente cuanto más precisos sean los mismos, las decisiones a tomar serán más certeras y se hará más plausible la consecución de los objetivos planteados.

Todas las empresas necesitan conocer el costo de cada uno de sus productos vendidos para la toma de innumerables decisiones; sin embargo, sólo conocen un costo aproximado, debido a que poseen un sistema de costeo deficiente o simplemente no cuentan con éste y por lo tanto, no tienen posibilidad de obtener una proyección de la rentabilidad trazada como objetivo (Lawrence W. B. 1953).

La presente investigación tuvo como objeto a la Empresa DHZ BACKLINE E.I.R.L. con número de R.U.C. 20551741568, domiciliada en Jr. Martin Pérez N° 774, distrito de Magdalena del Mar, dedicada al giro de alquiler de equipos musicales para conciertos en vivo a nivel nacional, en la que se detectó deficiencias en establecer los costos vinculados al servicio para el alquiler de sus respectivos equipos, generando incertidumbre en su rentabilidad.

En dicha empresa, se encontró una ausencia respecto a la Planificación Financiera ya que no se establecía una determinación de los costos de servicio en los alquileres de los instrumentos propios de la empresa; vinculando también varios préstamos excesivos que el gerente realizaba con el motivo de comprar más equipos y tener un stock para ofrecer en alquiler al mercado musical, generando esto una elevación de activos y sin rotación alguna, queriendo decir que dichos activos que compraba por los préstamos, no circulaban de manera continua, hasta algunos solo lo solicitaban dos veces al año, provocando un desgaste innecesario y pérdida

Otro problema evidente en la empresa, es que no cuenta con una estrategia de determinación de costos, vinculado con un sistema de costos y aplicación de las mismas, donde se visualizaba mucho desorden y caos en el momento de analizar el punto de equilibrio de los movimientos efectuados, ya que muchos aspectos que contribuían de

forma directa con el sistema productivo no se tomaban en cuenta, como por ejemplo; los ayudantes técnicos, el combustible para el traslado de los equipos al lugar del evento, la depreciación de los equipos, entre otros.

Se determina también un deficiente control de costos, ya que solo el gerente es el único responsable de las coordinaciones de sus actividades, siendo este un desconocedor del tema de gestión, así como también por el mismo motivo carecen de evaluación, generando una ejecución débil afectando la toma de decisiones futuras favoreciendo a su entorno competitivo.

Se encontró un riesgo financiero que no permite esclarecer e interpretar con exactitud los Estados Financieros resultantes del ejercicio 2016, porque el gerente de la Empresa mezcla sus gastos personales con los ingresos de la empresa, generando esto un desorden en la elaboración de los ratios financieros y a su vez esto no nos permitirá ver un reflejo real sobre la situación financiera de la empresa.

La toma de decisiones estratégicas, es para darle a conocer al gerente los tipos de decisiones que debería de tomar para el desarrollo y cumplimiento de un POA (Plan Operativo Anual), teniendo en cuenta también que la empresa no posee una ejecución presupuestaria de egresos, ya que hacen retiros y pagos sin ningún cronograma establecido, generando falta de liquidez para afrontar otros compromisos con sus proveedores y otros gastos e inversiones importantes.

Existe muchos motivos que disminuyen la rentabilidad, una de ellas es el rendimiento de algunos activos que se compran y no tienen la rotación correspondiente que le permitan recuperar la inversión de la misma, es por ello que se desea incrementar el nivel de rentabilidad basándose en la implementación de una gestión de costos estructurada.

Por los puntos considerados, se desea implementar un sistema de costos estructurado, basándose en estrategias y control que permitan identificar la rentabilidad por cada servicio de alquiler que se brinde, respetando todos los costos directos e indirectos que participaran en la actividad productiva.

1.2 Formulación del problema

1.2.1 Problema General

¿En qué medida la gestión de costos de servicio influye en la rentabilidad en la empresa DHZ BACKLINE E.I.R.L., 2016?

1.2.2 Problemas Específicos

1. ¿En qué medida la planificación financiera influye en la rentabilidad en la empresa DHZ BACKLINE E.I.R.L. 2016?

2. ¿En qué medida la estrategia de costos influye en la rentabilidad en la empresa DHZ BACKLINE E.I.R.L. 2016?
3. ¿En qué medida el control de costos influye en la rentabilidad en la empresa DHZ BACKLINE E.I.R.L. 2016?

1.3 Objetivos de la investigación:

1.3.1 Objetivo General

Determinar en qué medida la gestión de costos influye en la rentabilidad en la empresa DHZ BACKLINE E.I.R.L. 2016.

1.3.2 Objetivos Específicos

1. Establecer en qué medida la planificación financiera influye en la rentabilidad en la empresa DHZ BACKLINE E.I.R.L. 2016.
2. Describir en qué medida una estrategia de costos influye en la rentabilidad en la empresa DHZ BACKLINE E.I.R.L. 2016.
3. Determinar en qué medida el control de costos influye en la rentabilidad en la empresa DHZ BACKLINE E.I.R.L. 2016.

1.4 Justificación de la investigación

1.4.1 Justificación teórica

El presente trabajo se justifica porque establece un marco teórico que permite conceptualizar las empresas de servicios y sus características y peculiaridades para luego tratar los costos y modelos para el sector servicios. Se estudia la gestión de costos de servicio y la rentabilidad ya que ésta genera en la empresa un mayor control en la determinación de los costos por cada equipo que se alquila, y así también tener un resultado más real en la presentación de los estados financieros y ratios, siendo estos un impulso para la toma de decisiones.

1.4.2 Justificación Metodológica

La optimización de la gestión de los costos de servicio se logra mediante la utilización de métodos científicos, situaciones que pueden ser investigadas por la ciencia, una vez que sean demostradas su validez y confiabilidad podrán ser utilizados en otros trabajos de investigación y en otras empresas del rubro..

1.4.3 Justificación Práctica - Social

Esta investigación representa una oportunidad importante para las empresas del giro de alquiler de equipos musicales de abordar con precisión cuáles son los problemas que actualmente afrontan en la aplicación de sistema del control y comprendan la importancia de la implementación de un sistema de costos y a su vez tengan un control más específico

de los costos que influirán en su actividad productiva para que así puedan establecer un precio justo sin perjudicar su rentabilidad.

1.5 Limitaciones del estudio

Durante el desarrollo de la presente investigación no se ha tenido dificultades en cuanto a la recopilación de información, ya que gerencia puso a toda disposición cualquier documento que se necesite para llevar a cabo la investigación.



CAPITULO II

MARCO TEORICO

2.1 Antecedentes de la investigación

2.1.1 Internacionales

2.1.1.1 Arcila C. y Tabares D. (2007) desarrolló la investigación intitulada: “Diseño e implementación de una estructura de costos para la empresa MAQUINPLAST S.A. en Pereyra – Colombia”. Se planteó como objetivo: Desarrollar la estructura de costos a través del análisis de actividades de cada unidad productiva componente de las líneas de producto, que permitan determinar con precisión los costos finales de las máquinas selladoras en la empresa MAQUINPLAST S.A, concluyendo que a través de la creación de la línea única de productos se logró diseñar un modelo de costeo y cotización de cada una de las piezas que se fabrican, las que al convertirse en sub-productos adicionados a las actividades, generan el costo final de una máquina selladora. Asimismo estableció que con la determinación de los gastos fijos directos e indirectos y de los gastos variables en la empresa, la utilización de la línea única de productos permite la asignación precisa de costo de actividades, materias primas y tiempos de producción en la fabricación de máquinas selladoras.

Determinó también que los costos indirectos de fabricación están representados principalmente por actividades de mercadeo y de servicio al cliente y la estrategia a implementar para su reducción es la recuperación de éstos a través de la utilidad y/o precio de venta; asimismo, logró una determinación muy precisa de los costos hora de producción permitiendo el manejo de costos variables de forma exacta teniendo en cuenta además de la cantidad de producción, la variación de tiempo en la ejecución de las actividades.

Por último, determinó que el modelo de cotización obtenido con la aplicación de la estructura de costos se ajusta a las necesidades de obtención en detalle del costo de producción basados en el margen de utilidad proyectado los precios de venta de las máquinas selladoras y de otros productos que allí se fabrican y que la determinación del nivel de ventas estimado, que permita cubrir los gastos variables, el margen de utilidad y el presupuesto de gastos fijos es una herramienta importante de manejo de proyecciones y estrategia empresarial; que soportadas con el uso de software especializados se convierten en un factor práctico de manejo gerencial.

2.1.1.2 Jumbo A. (2013) elaboró su tesis intitulada: “Análisis de rentabilidad económica y financiera en la cooperativa de ahorro y crédito “27 de abril” de la ciudad de Loja, periodos 2010-2011.”, concluyendo que la cooperativa no ha realizado un análisis de

rentabilidad económica y financiera, por lo que desconoce el rendimiento de su solvencia y liquidez, la cual impide saber con exactitud la situación actualizada de la entidad y por ende no permite la toma de decisiones acertadas por parte de sus directivos; asimismo, estableció que la situación financiera de la Cooperativa es aceptable ya que su liquidez financia satisfactoriamente sus gastos corrientes, la rotación de la cartera de crédito es oportuna, la rentabilidad es favorable ya que en su último periodo presenta una alza significativa, con respecto al endeudamiento se observó que ha contraído deudas a corto plazo con lo cual resulta beneficioso para la entidad por lo que socios pueden observar mayores ingresos.

Por último, se constató que los resultados de la variación arrojan en el último periodo analizado, un incremento en el Estado de Situación Financiera como en el Estado de Resultados, apreciando así que la utilidad es favorable con relación al periodo anterior, por lo cual la Cooperativa mantiene una rentabilidad aceptable.

2.1.1.3 Santellán M. (2011), desarrolló su investigación denominada: “Análisis de costos de producción y su impacto en la rentabilidad de la empresa Holviplas S.A. en el año 2010”. El objetivo planteado fue: Estudiar los costos y su impacto en la rentabilidad en la Empresa Holviplas S.A. de la Ciudad de Ambato, en el año 2010, concluyendo que los costos de producción constituye un tema de investigación de muy amplia cobertura, trayendo implícito por lo tanto la necesidad de un conocimiento profundo de la estructura administrativa de la empresa y prioritariamente del área de producción.

Por último determina que el hecho de que la aplicación de un sistema de costos por ordenes de producción requiere de la participación activa de todos los integrantes de la empresa, y no solo del contador de costos ni tampoco del departamento de contabilidad o del área de producción, su éxito tiene especial vinculación con el grado de involucramiento y de colaboración activa de todos quienes forman parte operativa y administrativa de la empresa.

2.1.1.4 Eugenio J. (2013) elaboró su tesis titulada: “La planificación financiera y su incidencia en la rentabilidad de la empresa Incubandina S.A.”. El objetivo planteado fue: Optimizar la planificación financiera para mejorar la rentabilidad de la empresa Incubandina S.A. de la ciudad de Ambato, concluyendo que es necesario una socialización financiera ya que es el instrumento fundamental para el logro de los objetivos planteados por la empresa; asimismo, estableció que no se maneja indicadores de gestión ni financieros que le permitan conocer las falencias que se presentan en la organización en un periodo de tiempo corto; por lo tanto, la toma de decisiones gerenciales son inadecuadas debido a

que se basan únicamente en costos y gastos lo cual no le permite ver la situación real de la empresa.

2.1.2 Nacionales

2.1.2.1 Ballena I. (2017) desarrolló su investigación intitulada: “Costo de servicio y su influencia en la rentabilidad de la empresa de transportes Turismo Señor de Huamantanga SRL, Chiclayo 2016.”. El objetivo planteado fue determinar el nivel de influencia del costo de servicio en la rentabilidad de la empresa de transportes Turismo Señor de Huamantanga S.R.L., Chiclayo 2016, concluyendo que la empresa calcula el costo de servicio de manera empírica incluyendo los suministros diversos, costo de personal y Gerente, costo de servicio prestado por terceros, otros gastos de gestión, costo de depreciación. Asimismo, se determinó el costo real del servicio de la Empresa de Transporte Turismo Señor de Huamantanga S.R.L., se ha reestructurado los costos del servicio para poder determinar el costo del suministro de 2,255,489.21, el costo de mano de obra de 170,996.23 y costos indirectos 1,223,929.99, que da un total de 3,650,415.43 y de acuerdo con lo calculado por la empresa es de 3,695,656.62 haciendo una diferencia de 45,241.20. Por último, determinó que se tomó la fórmula del margen bruto de utilidad ya que a través de esta fórmula se puede identificar la influencia que se ha comprobado al aplicarla ya que se toma la utilidad bruta /ventas netas y se puede notar como varía en términos cuantitativos la rentabilidad calculada con los datos de la empresa que da un 24% y aplicando el costo real arroja un 25%. La diferencia porcentual es del 1% en soles es 45,241.20.

2.1.2.2 Meza V.(2013) desarrolló su investigación denominada: “ La gestión estratégica de costos en la rentabilidad en las empresas de ensamblaje e instalación de ascensores en Lima metropolitana, año 2012”, planteando como objetivo: Determinar si la implementación efectiva estratégica de costos, influye en la rentabilidad en las empresas de ensamblaje e instalación de ascensores en Lima Metropolitana, año 2012, concluyendo que las empresas de ensamblaje e instalación han elaborado su plan estratégico y financiero al inicio del ejercicio económico pero con ciertas deficiencias por lo que no se ha podido identificar, medir, evaluar y controlar el riesgo financiero de la empresa; asimismo, determina que la mayoría de empresas están muy arraigadas a aplicar los indicadores tradicionales en vez de aplicar instrumentos actuales como el valor económico agregado, que es un indicador de medición de la rentabilidad, y ese es uno de los motivos por lo que no se han tomado correctas decisiones estratégicas.

2.1.2.3 Medina C. y Mauricci G. (2014), elaboró su tesis cuyo título es “Factores que influyen en la rentabilidad por línea de negocio en la clínica Sanchez Ferrer en el Periodo 200-

2013”. El objetivo planteado fue: Demostrar qué factores han influido más en la rentabilidad por línea de negocio en la Clínica Sanchez Ferrer durante el periodo 2009-2013, concluyendo que de los factores productivos, el que impacta en la rentabilidad es el capital humano representado por el número de trabajadores, en tanto que no encuentran evidencia estadística de impacto de variaciones de activo fijo en la rentabilidad; asimismo, encuentran que la rentabilidad está asociada significativamente a su rezago previo, lo que les da luces de que la rentabilidad depende del desempeño de la empresa en periodos previos, el mismo que debe estar asociado a una serie de variables internas y externas a la empresa no contempladas en este estudio.

Por último, concluye que desde el nivel de ventas, se observa que las líneas de negocio que aportan más al nivel de rentabilidad es la línea de Ambulatorio, seguida por la línea de Hospitalización y finalmente la línea de emergencia.

2.1.2.4 Phala L. (2015), desarrolló su tesis intitulada “Gestión de costos de servicio y rentabilidad de hotelería e inversiones Latino S.A. - Hotel Tierra Mística Qalasaya de la ciudad de Puno, periodos 2009 – 2010”. Planteó como objetivo: Analizar y determinar en qué medida los costos de prestación de servicios influyen en la rentabilidad de Hotelería e Inversiones Latino S.A. - Hotel Tierra Mística Qalasaya de la ciudad de Puno, y plantear un modelo de costos de prestación de servicios adecuado, concluyendo que la hoja de costos del Hotel Tierra Mística Qalasaya que está constituido por tres elementos de costos, el costo de servicio de hospedaje en el periodo 2009 es de S/.764,636.79 siendo los materiales directos 17.09% del costo total, la mano de obra directa 18.52% y por último los gastos indirectos 64.39% donde el elemento que tiene mayor porcentaje del costo total de servicio es el de gastos indirectos y para el año 2010 el costo total aumenta a S/.967,529.63, los insumos directos representan 19.57%, la mano de obra 14.64% y los gastos indirectos 65.80% de igual forma para este año el elemento que resalta más es el de gastos indirectos; asimismo, determina el costo unitario por habitación que asciende a S/ 21,846.77 y S/.27,643.7 tanto para el año 2009 y 2010 respectivamente. A la vez aprecia que en los años 2009 y 2010 el costo de servicio es mayor al total de ventas, por ende su influencia es significativa en el nivel de Rentabilidad obtenidos en dichos años. También establece que respecto a la rentabilidad de la empresa se muestra que en el periodo 2009 la Rentabilidad sobre la Inversión fue de 1.81% y en el periodo 2010 fue de 0.6% habiéndose mostrado una disminución del 1.21% respecto al periodo anterior; La rentabilidad sobre capitales propios en el periodo 2009 fue de 6.07% y en el periodo 2010 alcanzó el 1.90% habiendo disminuido en 4.17%; el Margen bruto de la empresa en el periodo 2009 fue de 0.49% y en el periodo 2010 alcanzó el 0.46 mostrando una ligera

disminución; Y, el Margen neto de la empresa en el periodo 2009 fue de 0.13% y en el periodo 2010 disminuyó a 0.03%, lo que demuestra un nivel muy bajo del rendimiento esperado que son desfavorables para el desarrollo de la empresa.

Por último, concluye que debiendo cumplir con el mínimo de requisitos y a la vez cumplir los altos estándares exigidos por el Decreto Supremo N° 029-2004-Mincetur – Reglamento de Establecimientos de Hospedaje el Hotel Tierra Mística Qalabayase incurre en altos costos con el fin de lograr la mejor categorización.

2.2 Bases teóricas

2.2.1 Gestión de costos de servicio

2.2.1.1 Generalidades

Para lograr eficiencias organizacionales y productivas en un entorno económico y financiero de grandes retos, ante escenarios de alta competencia y volatilidad de las tasas de cambio y tasas de interés, bajo crecimiento en precios de venta, generación de ingresos a través del desarrollo de nuevos productos que implican cuantiosas inversiones de capital, gastos en publicidad y promoción, variaciones en las cargas impositivas para las empresas y en general, todo tipo de gastos para el desarrollo y gestión de las empresas, cada vez cobra más importancia la implementación de herramientas de gestión que permitan la optimización y control de costos y gastos de las empresas, efectuando una buena planificación y control de los gastos reales.

El proceso de gestión de costos y gastos para que sea eficiente no debe sustentarse exclusivamente en la reducción de éstos, por el contrario, los costos deben estar alineados en forma permanente con los objetivos y programas de desarrollo de negocios de la empresa; es decir, todo gasto que efectúe la organización deberá estar relacionado con futuros ingresos por operaciones, estar acorde con las metas establecidas por la empresa y proporcionen beneficios económicos a todos los grupos de interés.

De acuerdo con lo que explica Brinson J. (1997), el ejecutivo moderno debe poseer los conocimientos suficientes para que puedan dirigir el diseño y la implementación de sistemas de costos en empresas prestadoras de servicios, privadas o públicas. Los modelos de costeo por órdenes de producción, por procesos, costos estándar y el costeo basado en actividades estudiados para las empresas industriales, no son suficientes para que el profesional desarrolle eficientemente los sistemas de costos en las entidades de servicios.

Tanto los materiales directos como la mano de obra directa y costos indirectos de fabricación son adaptables sólo en parte a las empresas de servicios, ya que en este tipo

de empresas, la problemática a resolver no se limita a los materiales agregados, la mano de obra utilizada y los costos indirectos en la forma que se ha venido haciendo en el costeo tradicional.

Se debe implementar una estructura que permita asignar costos comunes a cada uno de los servicios que se han prestado, de manera que refleje realmente los insumos demandados en cada uno de ellos. La asignación de costos indirectos en forma adecuada es el centro del denominado "costeo basado en las actividades", mediante el cual se plantea la alternativa de reemplazar las tasas predeterminadas hasta ahora empleadas por las actividades impulsoras de costos que son solo inductores denominados "drivers".

2.2.1.2 Etimología de costo

Etimológicamente, el vocablo costo proviene del término latino "costus" y del griego "Kostos" y significa la cantidad que se debe dar o pagar a cambio de una cosa. Este término tiene como referencia a una cuantía o cantidad que se da o se paga en algo, así como el gasto en el salario o de la remuneración del trabajador, también se le considera costo al gasto realizado para la obtención, transacción y adquisición de un servicio o producto.

En la gestión de producción el costo es lo que debe invertirse para elaborar el producto, que luego se trasladará al precio. A mayor calidad, mayor será el costo productivo, y por ende, también será mayor el precio del producto. A este último también se le suma el beneficio que pretende obtenerse por la venta, para lograr una ganancia, que estará dada por la diferencia entre el precio en que el producto se vende y su costo de producción. También se debe adicionar al precio final del producto, el costo de comercialización, que es aquel que permite introducir la mercancía en el circuito de venta.

2.2.1.3 Gestión

La gestión es el conjunto de acciones que alguien efectúa con el fin de diligenciar un negocio o determinada empresa hacia un fin. La gestión empresarial es la actividad que se realiza en la empresa luego del planeamiento y consiste en convertir en realidad los propósitos consignados.

2.2.1.4 Gestión de costos

García J. (2015), explica que la gestión de costos constituye un sistema de información que se utiliza para determinar, registrar, acumular, controlar, analizar, direccionar, interpretar e informar todas las erogaciones relacionadas con los costos de producción, de venta, de administración y de financiamiento.

En síntesis, lo que asevera el autor es que los costos son una rama de la contabilidad que sintetiza y registra los costos de los centros de producción, servicios y comerciales de una empresa, para que se pueda realizar en forma eficiente la medición, control e interpretación de los resultados de cada uno de ellos, por medio de la obtención de costos unitarios y totales.

Flores J. (2006) indica que: la gestión de costos conlleva a la utilización de técnicas administrativas encaminadas a cuantificar los esfuerzos de la empresa y las áreas comprometidas, para satisfacer las necesidades informativas de los usuarios internos..

La planificación y el control son el núcleo más representativo de la contabilidad de gestión estratégica, que mediante sus instrumentos fundamentales: el presupuesto, el análisis costo-volumen-beneficio, los costos estándares y el análisis de desviaciones, costeo ABC; hacen de la información contable el material básico para la toma de decisiones económicas acertadas de la empresa.

Cooper R. y Kaplan R. (1999), afirman que las empresas de servicios son aparentes para la aplicación del sistema de costo ABC, ya que tienen pocos materiales directos, y gran parte de su personal proporciona un soporte indirecto a los servicios y a los clientes, no teniendo una referencia adecuada para la medición de estos costos.

El mismo autor menciona que para estas empresas es recomendable la aplicación del sistema de costos ABC, ya que permite definir si le conviene o no participar en este mercado, ante un precio que le viene dado; también sostiene que este sistema se basa en el principio de que la actividad es la generadora de costos y que los servicios consumen actividades.

Valenzuela, E. manifiesta que la gestión de costos es importante en cualquier giro de negocio, ya que permite el control de los recursos involucrados en el proceso productivo, permitiendo tener un conocimiento más claro sobre los resultados en los Estados financieros, facilitando la toma de decisiones.

2.2.1.5 Costo

La optimización de la gestión de los costos de servicio se indaga mediante métodos científicos, situaciones que pueden ser investigadas por la ciencia, una vez que sean demostradas su validez y confiabilidad podrán ser utilizados en otros trabajos de investigación y en otras empresas del rubro.

2.2.1.6 Características de los costos

1. Costo activo.

Costo en el que incurre la empresa, con el propósito de obtener ingresos en un periodo determinado. Ejemplo: Existencias

2. Costo gasto

Desembolso de efectivo que realiza la empresa y que contribuyen a la generación de ingresos y como resultado producen utilidades en un determinado periodo de tiempo. Ejemplo: Sueldos administrativos, publicidad, depreciación de la maquinaria, etc.

3. Costo pérdida.

Gastos que realiza la empresa, pero que no genera los ingresos previstos, por lo que no existe un ingreso que sirva para efectuar una comparación con la inversión realizada; es decir no hay recuperación. Ejemplo: mercaderías pasadas de moda.

2.2.1.7 Área de aplicación de los costos

1. Área comercial

Es el campo exclusivamente mercantil donde se calculan las erogaciones, que se encuentra bajo el régimen comercial de las compras y ventas, sin que intervenga la actividad transformadora del hombre..

2. Área industrial.

Es el área en el que ante la preexistencia de la materia prima, las manos del hombre, con ayuda de máquinas y otros instrumentos la transforman en un producto útil para satisfacción de las necesidades de los clientes o consumidores.

3. Área financiera.

Es el campo encargado de efectuar el movimiento de captación o colocación de capitales para establecer la carga financiera o la rentabilidad, respectivamente.

4. Área de servicios.

Es el área donde se efectúan las verificaciones de las diferentes erogaciones para tener pleno conocimiento del costo de los servicios.

5. Área de inversiones.

Área en la que lleva a cabo la función financiera de la empresa; es decir, se encarga de la administración y control de los recursos financieros que utiliza la empresa y se plantea conseguir los objetivos planteados en la obtención del mínimo coste y toma decisiones bajo el criterio de máxima rentabilidad y seguridad, las inversiones más convenientes

2.2.1.8 Importancia

Chambergó, I. (2000) expone que la gestión de costos trae consigo un manejo adecuado del costo de la empresa, para lo cual se debe programar los recursos disponibles y evaluar su rentabilidad, estimando su costo, preparando el presupuesto y controlando las variaciones en los desembolsos del mismo; por tal motivo es sumamente importante para la práctica, ya que su desconocimiento puede traer riesgos a la empresa, y en gran parte de los casos llevarla a su desaparición.

Su importancia radica en que:

1. Determina el gasto efectuado al adquirir una mercadería, elaborar un producto o prestar un servicio.
2. Establece el costo del servicio que se presta.
3. Comprueba el valor de venta del producto o servicio que se brinda, debido a que la deducción de su costo determina la respectiva utilidad o pérdida.

Según Giménez C. (2015) la gerencia, esencialmente utiliza el cálculo de costos para realizar las siguientes tareas:

1. Determinación de bienes o servicios que producen utilidades o pérdidas, y en qué magnitud.
2. Control y comparación de los costos reales vs. los costos predeterminados; es decir, la comparación del costo presupuestado con el costo realmente generado, post-cálculo.
3. Contrastación de los costos entre departamentos de la empresa; otras empresas y períodos.
4. Determinación del precio de los productos y servicios
5. Decisión adecuada en la elección de proveedores entre las alternativas propuestas.
6. Identificación de los puntos críticos de la empresa.
7. Ubicación del área de la empresa que necesita urgentemente medidas de racionalización y control del impacto de las medidas aplicadas.
8. Esbozo de nuevos productos y servicios que satisfagan las expectativas de los clientes y, al mismo tiempo, puedan ser producidos y entregados con la obtención de utilidad.
9. Implementación como herramienta esencial en la planificación y el control.
10. Asesoramiento en las decisiones de inversión.
11. Acuerdo sobre el precio, las características del producto, la calidad, las condiciones de entrega y el servicio a satisfacer, con los clientes, que resulte beneficiosa para la empresa.

Para que una empresa sea líder en costos capaz de competir y obtener respuestas claves en su oportunidad, debe implementar técnicas de control y gestión eficaces que propicien el trabajo en equipo, la responsabilidad, el trabajo eficiente y de calidad que esperan los clientes y la capacidad de adaptación a los cambios tecnológicos.

De acuerdo con lo manifestado por Miranda F. (2009), las actividades que a continuación se indica, deben ser aplicadas en el control de los gastos:

1. Comparación de precios.

Debido a la innovación de los servicios tecnológicos y las plataformas que actualmente han implementado las empresas proveedoras, la comparación de precios del mercado no tendrá impacto relevante en la economía de la empresa, por cuanto sólo permitirá comprar al mejor precio los bienes y servicios que impliquen gastos; sin embargo, lo ideal es que deben practicarse para todos los gastos en que incurre la empresa.

2. Aprovechar los descuentos.

Es una estrategia común que utilizan los proveedores que consiste en suministrar información sobre las condiciones de sus propuestas y excelentes descuentos, sobre todo en las compras de cantidades significativas, a fin de materializar una venta; sin embargo, se aprecian las siguientes observaciones:

- a. A pesar de que con la compra de grandes cantidades de mercaderías, se puede ahorrar algún dinero, esto hecho podría acarrear problemas de flujo de caja que, al final de cuentas desvirtúa el beneficio del descuento, ya que, por falta de liquidez la empresa debe recurrir a préstamos para solventar sus gastos corrientes, por los que debe pagar intereses.
- b. Este hecho podría propiciar negociaciones que denominamos “por debajo de la mesa”, dando lugar a que los descuentos ofrecidos en nada benefician al negocio; esto puede evitarse mediante la implementación o innovación del sistema de control interno, llevando a cabo actividades adecuadas de concienciación a los empleados y que el propietario tome control de las negociaciones en las que existan estas circunstancias.
- c. Finalmente, la existencia de material o productos obsoletos. Por ejemplo tintas para impresora, repuestos oxidados, etc. En consecuencia, el personal a cargo de las compras deben mantener un control efectivo para que la intención de aprovechar descuentos por compra de grandes cantidades, no resulte perjudicial a la empresa.

2. Negociación.

Este aspecto reviste importancia en el control de los gastos; en este sentido se debe tener muy en cuenta que todo proveedor lo que persigue es vender, por lo que, la adopción de adecuadas técnicas pueden ser altamente beneficiosas para lograr una buena gestión a la hora de negociar.

. 2.2.1.9 Beneficios

Los beneficios que otorga la implementación de un sistema de costos en una empresa, son los siguientes:

1. Permite la medición de lo planificado con relación a lo ejecutado

Proporciona un punto de referencia para que la empresa evalúe su desempeño y permite analizar las desviaciones presentadas en los costos proyectados para cada producto.

2. Registro de actividades

Mantiene un detalle cronológico y sistemático de las actividades costeables que afectan directa o indirectamente al patrimonio de la empresa.

3. Una herramienta necesaria para atraer financiamiento

Proporciona una alta probabilidad de conseguir financiamiento por parte de los inversionistas, instituciones financieras, y personas interesadas en proporcionar apalancamiento financiero a la empresa.

4. Precisión

Obtención del costo de los productos y servicios, de forma individual y lo más mayor exacta posible.

5. Valor agregado

Es la característica extra que un producto o servicio ofrece y le permite generar mayor valor en cuanto a lo que percibe el consumidor.

6. Maximización de la productividad

Permite la eliminación de los productos no rentables, mediante la supresión de los gastos y actividades que no agregan valor a los productos y se identifican las actividades no rentables.

7. Sistema de información

Se cuenta con una información oportuna e incluso anticipada de los costos de producción.

8. Presupuesto

Facilita la formulación y elaboración de los presupuestos de acuerdo con las necesidades y permite verificar la forma en que se van ejecutando.

2.2.1.10 Importancia de los costos en la gestión empresarial

Actualmente se puede apreciar que las empresas afrontan una constante disputa por posesionarse en el mercado y conseguir nuevos clientes, los cuales son cada vez más escasos y exigentes debido a la actual crisis financiera; sin embargo, lograr la aceptación de un cliente se tiende a “ofrecer un producto con la calidad esperada por el cliente y al mejor precio posible”. Esta es la fórmula que rige a los clientes de ahora y del futuro de cualquier entidad que ofrece un producto o servicio.

Las empresas que se rigen por este tipo de mercado se caracterizan por ser líderes en costos según los marcos estratégicos de Porter, donde las condiciones de mercados se definen en la satisfacción del cliente brindando calidad a bajos precios. Empresas ejemplos sobre el particular son:

Wal-Mart: tiene éxito con su estrategia de precios bajos todos los días para atraer clientes. La idea de todos los días de precios bajos es ofrecer productos a un precio más barato que sus competidores de forma coherente, en lugar de depender de las ventas.

McDonald's: Es la industria de restaurantes conocida porque obtiene los márgenes más bajos de utilidad que hacen difícil la competencia con una estrategia de costo de comercialización de liderazgo. McDonald ha logrado un gran éxito con el ofrecimiento de básicos de comida rápida a precios bajos.

Southwest Airlines: Es sabido que siempre la industria aérea ha sido un negocio donde los beneficios son difíciles de conseguir sin la carga de los altos precios de venta de billetes. Southwest Airlines, desafió este concepto mediante la comercialización de sí mismo como un líder en costes.

Al analizar los ejemplos previos, se observa un factor común: precios bajos, que constituyen la clave de su éxito. Estas empresas llegaron a posicionarse como las líderes de su mercado debido a la capacidad de reducción de costos de fabricación, transporte, generación de planes de logística y rutas de viajes eficientes.

Estos cambios en las empresas que desean tener una gestión exitosa, solo se pueden lograr mediante la implementación y aplicación de estrategias de mercado que se fundamenten en la gestión eficiente de los costos; es decir, la única forma que la empresa pueda reducir sus costos es el análisis y seguimiento de cada una de las operaciones relacionadas directa o indirectamente con el proceso productivo y/o generación de servicios de la empresa.

2.2.1.11 Control de costos

Tomando en cuenta lo expresado por Messías, R., un empresario debe superar estos grandes desafíos, si quiere obtener éxito: (1) Ofertar la mejor solución al cliente; (2) que el producto tenga un precio justo, acorde con el mercado; y (3) realizar ventas en cantidad suficiente para mantener vigente el negocio.

En este contexto, toda empresa posee costos fijos y variables que necesariamente deben ser incorporados al precio del producto comercializado, lo que dificulta en parte el cumplimiento de los desafíos.

Los principales costos son los siguientes:

1. Costos fijos

Son aquellos que se mantienen y repiten a lo largo de un período, pero que intervienen directamente en la elaboración del producto o prestación del servicio, como por ejemplo:

- a. Inmuebles (propios o alquilados)
- b. Mano de obra indirecta (sueldos, aportes o beneficios como alimentación o de transporte)
- c. Operacionales (logística, transporte de mercancías, etc.)
- d. Honorarios

2. Costos variables

Son gastos que varían y, generalmente dependen del volumen de producción o de ventas; éstos son:

- a. Materias primas (materiales necesarios para la fabricación del producto)
- b. Mano de obra directa
- c. Impuesto (porcentaje aplicado a la facturación variable)
- d. Transporte (según la cantidad de entregas)
- e. Comisiones (si la empresa paga por las ventas)

Existen otros gastos que no se encuentran relacionados con las ventas, que también tienen valor variable, como los costos de los servicios básicos: agua, electricidad, gas, etc.

2.2.1.12 Control eficiente

Backer-Jacobsen-Ramírez (1979) expresan que el control eficiente de los costos debe constituirse en una acción permanente en la empresa; sin embargo, por tratarse de un asunto complejo, es relegado en épocas de bonanza y solamente llama la atención cuando se da un decremento en la rentabilidad. Este error gerencial pierde de vista el control de sus precios, pues se guía de los que ofrece el mercado y que depende crucialmente de la

adecuación de sus costos para sostener un margen de utilidad que le permita sobrevivir en el tiempo y cumplir sus metas y objetivos planteados.

2.2.1.13 Conceptos y fundamentos de las empresas de servicios

De acuerdo con lo expresado por Lorino, P. (1994), una empresa de servicios es aquella que a través de diversas actividades presta un servicio específico o bien-servicios integrados.

Es conocido que las empresas de servicios no realizan transformaciones de materiales; en cambio enlazan las necesidades de los clientes a través de los servicios que brindan. Ejemplo: Express Perú SAC., es una empresa de servicios que contacta a sus clientes en su necesidad de enviar paquetes.

Este tipo de empresas se pueden clasificar en dos categorías:

1. Las que prestan un servicio específico.
Son las que brindan un servicio a los consumidores en forma permanente, como los despachos de contabilidad, de diseño de ingeniería, de asesoramiento legal, etc..
2. Las que prestan servicios integrados.
Ejemplos de este tipo de empresas con las compañías de seguros de vida, bancos comerciales, hospitales, empresas de transportes, etc.

2.2.1.14 Características de las empresas de servicios

1. Utilizan el costeo por órdenes o pedidos de servicio, en lugar de procesos; en razón de que cada servicio que se presta es diferente, por las especificaciones que determina el cliente. Ejemplo, en despachos de profesionales o asesorías, hospitales, restaurantes que no son de comida rápida, etc..
2. La materia prima no representa un porcentaje significativo dentro del costo total; prácticamente la materia prima se reduce a un porcentaje pequeño dentro del costo. Ejemplo, en las líneas aéreas, universidades, despachos de asesoría, etc.;
3. Ofrecen productos no tangibles, En estas empresas el insumo principal es la venta de información o la realización de actividades físicas o administrativas a favor del cliente; siendo el producto final un breve reporte, donde el costo del papel es insignificante en comparación al gran valor agregado que tiene intrínsecamente la información que contiene. Se debe prestar mayor atención en la cuantificación de la mano de obra directa y en los costos indirectos.
4. El principal elemento del costo utilizado para brindar el servicio es el personal, al cual se le paga diferentes salarios dependiendo del tipo de trabajo que desempeñe,

lo que permite justificar la asignación de los costos indirectos en función del costo de la mano de obra o tiempo empleado y la infraestructura utilizada para la ejecución de su labor.

2.2.1.15 Costos en las empresas de servicios

La administración de los costos incurridos en la prestación de servicios por la ejecución de actividades ordinarias requiere técnicas y procedimientos, por lo que se debe tomar en cuenta todos los desembolsos realizados en: personal, insumos y otros recursos utilizados para brindar dicho servicio, que se caracterizan por ser intangibles y de consumo inmediato.

Un consumo inmediato en las empresas de servicios, por lo general, implica que el cliente participe en el proceso de transformación, generándose de esta forma un elevado uso de mano de obra directa por parte de la empresa prestadora del servicio.

2.2.1.16 Clasificación de los costos

1. Por su importancia en la toma de decisiones

a. Costos relevantes

Se les conoce también como costos diferenciales y se modifican de acuerdo con la opción que se adopte; Por ejemplo, la fabricación de un producto que tiene características especiales habiendo capacidad ociosa; en este caso los únicos costos que cambian son el consumo de materia prima, suministros diversos, horas extras, fletes, etc..

b. Costos irrelevantes

Estos costos permanecen inalterables, sin importar el curso de acción elegido; es decir, costos que se incurrieron en el pasado, y que se repetirán exactamente en el futuro. Ejemplo: Sueldo pagado S/. 1,000 y que seguirá pagando la empresa en forma mensual.

2. De acuerdo con el campo donde operan

a. Costos Comerciales.

Cuando el cálculo se lleva a cabo en la actividad mercantil o sea la actividad en que el comerciante simplemente relaciona el centro de producción con el mercado de consumo y no realiza actividad creadora o transformadora de su parte.

b. Costos Industriales.

Los que se cuantifican en la actividad industrial, donde se extrae la riqueza natural o la transforma, o simplemente otorga un servicio para satisfacer las necesidades humanas.

c. Costos Operacionales.

Se configuran en las actividades donde no se emplea materia prima transformable sino servicios de operación.

3. Por su aplicación

a. Costo Unitario

Es el que se obtiene relacionando el total de valores acumulados para una clase de producto y el total de Unidades producidas.

b. Costo de Materias Primas

Es el valor neto sin ningún recargo de manufactura.

c. Costo de Materiales en Procesos

Es el costo de la materia prima más los costos parciales hasta el estado de avance de su producción. El material en proceso recibe también el nombre de producto semi- elaborado cuando se calcula que está a mitad de un proceso.

d. Costo de Productos Terminados

Es la misma materia prima, luego de haber completado todo su proceso de transformación y sumados sus costos totales de manufactura o de valor agregado

e. Costos Parciales

Constituidos por las erogaciones relacionados con la adquisición de mercadería: en el caso de una empresa comercializadora ; la fabricación del producto en el caso de una empresa industrial y la prestación del servicio en el caso de una empresa de servicios.

f. Costos Totales:

Cuando incluye todos los desembolsos relacionados al producto, incluyendo los gastos de ventas y de administración, y denominando gastos a todo lo demás (gastos financieros, impuestos, etc.).

4. Según su forma de imputación o fabricación

a. Costos Directos

Son aquellos costos de los recursos que se incorporan físicamente al producto final y a su empaque. Ambos se comercializan conjuntamente. El costo directo

también contempla las labores necesarias para el manipuleo y transformación de dichos recursos.

Los costos directos se transfieren directamente al producto final y están constituidos por los siguientes rubros:

- **Materia prima directa:** Recursos materiales que se incorporan al proceso productivo y transforman en parte o en su totalidad el producto terminado.
- **Materiales directos:** Todos aquellos artículos transformados que acompañan al producto terminado y no constituyen parte de éste, pero son comercializados de manera conjunta; Ejemplo: los envases, envolturas, cajas de empaque y embalaje, etc.
- **Mano de obra directa:** Es la fuerza laboral empleada para extraer, o transformar la materia prima en bien final; también es el que se encarga en realizar el servicio de forma directa.

Como por ejemplo de mano de obra directa es la que tenemos en la empresa DHZ BACKLINE EIRL, constituida por los técnicos que se encargan en hacer los montajes y desmontajes de los equipos musicales que se llevan en alquiler a los conciertos programados. Estos pueden ser también los trabajadores que están en planilla y los que trabajan de manera discontinua.

.b. Costos Indirectos

Son las erogaciones por los recursos que participan en el proceso productivo, pero que no se incorporan físicamente al producto final. Estos costos están vinculados al periodo productivo. más no al producto terminado, estos son:

- **Materiales indirectos:** Son insumos que no se cuantifican en el producto, ni forman parte de el, pero sin su concurso no es posible la elaboración de productos finales.
- **Mano de obra indirecta:** Es la mano de obra que no interviene directamente en la producción de la materia prima, del servicio brindado ni en la obtención del producto y / o servicio final, pero que sí coadyuvan a este fin.

En este rubro se incluyen los beneficios sociales (Seguro de ESSALUD, SCTR), seguridad social y otras retribuciones que deben darse al personal.

c. Gastos indirectos

Son erogaciones que se realizan en el desarrollo de actividades de fabricación o transformación de la materia prima o explotación de un servicio.

d. Gastos de administración

Proviene de las actividades de funcionamiento administrativo de la empresa y no pertenecen al área de producción, ventas o distribución. Contempla los sueldos, salarios y beneficios sociales de la gerencia general y del personal de los departamentos de contabilidad, planificación y de administración.

e. Impuestos

Son los pagos que se hacen al estado por intermedio de la SUNAT, por conceptos de diversa naturaleza que afectan a la empresa. Estos pueden ser IGV, ISC, Renta., etc.

f. Depreciación

Es la disminución periódica del valor de un bien material o intangible debido al desgaste de los equipos que contribuyen en la actividad productiva, al paso del tiempo o a la vejez de los mismos. Por ejemplo en la empresa en estudio; se toma la depreciación de los equipos musicales, variando su costo de adquisición.

.2.2.1.17 Las estrategias de costos

1. Definiciones

Para Bromwich, M. (1990) la gestión estratégica de costos, es el proceso que consiste en la provisión y análisis de la información financiera relacionada con el mercado de productos fabricados por la empresa, la estructura de costos, la recopilación de los costos de las empresas competidoras, el monitoreo de las estrategias de la empresa y de las competencias de un número determinado de periodos.

Los enfoques que se tienen en cuenta son: 1°. Integración de los costos en la estrategia usando una variedad de análisis de costos estratégicos. 2° Descubrir de un modo razonable la estructura de costos del competidor; y 3° Monitorear el cambio de estrategias en el tiempo.

El enfoque de la Contabilidad de gestión estratégica está fundamentado en el trabajo de Michael Porter, que consiste en establecer las causas de la rentabilidad de las distintas industrias y considerar como las unidades estratégicas de negocios, con diferentes estrategias administran la supervivencia de algunas de ellas. Básicamente expresa que la competencia está en el centro del éxito o fracaso de las empresas y la estrategia competitiva es la búsqueda de una posición competitiva favorable en el sector industrial y que existen dos cuestiones importantes que se deben tener en cuenta al determinar la elección de la estrategia competitiva: la primera es lo

atractivo de los sectores industriales para la obtención de la utilidad a largo plazo, ya que no todos ofrecen iguales oportunidades para una rentabilidad sostenida; y la segunda, son los determinantes de la posición relativa dentro del sector industrial.

Mallo, C. (2000) sostiene que consiste en monitorear las distintas actividades que integran la cadena de valor desde una perspectiva global y continua, para encaminar las capacidades internas de la empresa y proyectarlas al entorno externo, procurando información para la aplicación prolongada de las actividades empresariales.

El objetivo de la gestión estratégica de costos es organizar la información para mantener la competitividad de la empresa, logrando la mejora continua de productos y servicios de alta calidad que satisfagan a los clientes y a los consumidores al menor precio, a través del diseño y la aplicación permanente de una combinación productiva o cadena de valor de todas las funciones que añaden valor a los productos y servicios en una empresa.

La estrategia empresarial de costos se vincula con otros conceptos muy utilizados en la actualidad, como calidad total, competitividad, justo a tiempo, reingeniería, subcontrataciones (outsourcing), alianzas de empresas (joint venture), etc., conceptos que a su vez están relacionados con productividad, rentabilidad, reestructuración, reorganización, etc..

2. Estrategias Genéricas de Porter

Porter, M. (2009) formuló tres estrategias por las que una empresa puede hacer frente a las cinco fuerzas que moldean la competencia en un sector y conseguir una ventaja competitiva sostenible que le permita superar a las empresas competidoras.

3. Estrategia de Liderazgo global de costos

Francés, A. (2006) sostiene que en esta estrategia, la empresa debe ser capaz de reducir costos en todas las actividades de su cadena de valor, a tal punto que la disminución de gastos repercuta en un precio que satisfaga al consumidor y consecuentemente, en una mayor participación de mercado.

El análisis de la cadena de valor se realiza desde el punto de vista de los impulsores de costos; es decir, utilizando la estrategia de liderazgo, considerando que el principal motor es la curva de experiencia, según la cual el costo unitario de producción disminuye con el número acumulado de unidades producidas. Esta ventaja es sostenible, puesto que resulta difícil de imitar por los seguidores mientras no cambie la tecnología de producción..

4. Estrategia de diferenciación

De acuerdo con Hax, Arnoldo C. y Majluf, Nicolás (2004), en esta estrategia la empresa genera servicios o productos exclusivos que los consumidores así lo perciban, quienes están dispuestos a pagar más para adquirirlos.

Implica que la unidad de negocios ofrece algo único, inigualado por sus competidores, y que es valorado por sus compradores más allá del hecho de ofrecer simplemente un precio inferior. Es necesario comprender la fuente potencial central de diferenciación que surge de las actividades de la cadena de valor y el despliegue de la pericia necesaria para que dichas potencialidades se hagan realidad. La diferenciación exige la creación de algo que sea percibido como único en toda la industria. Estos enfoques pueden adquirir diferentes formas, de acuerdo con el diseño o imagen de marca, tecnología, características, servicio al cliente, red de corredores, etc.

5. Enfoque o concentración (segmentación o especialización)

Según Larrea, Pedro (1991), con una estrategia de enfoque o concentración (segmentación o especialización) la empresa se concentra en satisfacer segmentos bien definidos, de población, de productos o geográficos.

La estrategia de concentración, (tanto la basada en costes como en diferenciación) se caracteriza por la elección previa de un segmento, mercado local, fase del proceso productivo, etc. y por ajustar una estrategia óptima que responda a las necesidades específicas de los clientes escogidos. Se trata, en consecuencia, no de ser los mejores (en coste o en diferenciación) del mercado, pero sí de ser los mejores en el segmento escogido. La concentración puede apoyarse en la existencia de tipologías distintas de compradores (con estrategias de compra distintas), en la existencia de canales de distribución distintos (venta directa, por minoristas, por representantes, por correo, etc., etc.) y en la posibilidad de ofrecer variedades distintas de productos (tamaño, calidad, precio, prestaciones, etc.).

2.2.1.18 Contabilidad de Costos

1. Definiciones

Lawrence W. B. (1953) sostiene que "La Contabilidad de Costos es un proceso ordenado que usa los principios generales de contabilidad para registrar los costos de operación de un negocio de tal manera que, con datos de producción y ventas, la gerencia pueda usar las cuentas para averiguar los costos de producción y los costos

de distribución, ambos por unidad y en total de uno o de todos los productos fabricados o servicios prestados, y los costos de otras funciones diversas de la negociación, con el fin de lograr una operación económica, eficiente y productiva" Cecil Gillespie "Introducción a la Contabilidad de Costos", "La Contabilidad de costos, aplicada a las actividades fabriles, es el procedimiento para llevar los costos de producción con una doble finalidad; determinar el costo por unidad de los artículos producidos y facilitar diversas clases de comparaciones con las cuales se mide la ejecución productora"

George Hillis Newlove y S. Paul Garner "Contabilidad de Costos": "La Contabilidad de Costos es la aplicación especial de los principios de contabilidad que, con el objeto de suministrar datos a los directores y administradores de un negocio, enseñan a calcular y ayudan a interpretar el costo de producir los artículos fabricados o de realizar los servicios prestados".

Eric L. Kohler "Diccionario para Contadores": "Contabilidad de Costos, rama de la contabilidad que trata de la clasificación, contabilización, distribución, recopilación e información de los costos corrientes y en perspectiva".

Theodore Lang "Manual del Contador de Costos": "La Contabilidad de Costos, desde el punto de vista de la fabricación, es la rama o la sección de la contabilidad creada para ocuparse esencialmente de los factores de la producción".

Label, Wayne y otros (2016) nos dicen que es la técnica que se encarga de la recolección, registro y reporte de la información sobre los costos incurridos para coadyuvar a la decisión óptima y adecuada de la planeación y control de los mismos. En síntesis, la contabilidad de costos es un sistema de información adoptado por la empresa para determinar, registrar, controlar, analizar e interpretar la información respecto a los costos de producción, distribución, administración y financiamiento de la entidad. Tiene un enfoque gerencial, en razón de que genera información básica a la gerencia para una adecuada planeación y el control, así como para el costeo de sus productos y servicios.

2. Importancia

La contabilidad de costos es importante para la empresa porque ofrece toda la información necesaria para tomar decisiones oportunas y correctas en base a información real y concreta y es utilizada para desarrollar nuevos proyectos y evaluar las actividades realizadas dentro de la empresa.

El conocimiento del costo de un producto sirve para tener control sobre la producción, la venta del producto, la administración y su financiación.

El objetivo de la contabilidad es brindar datos útiles a los directivos de una empresa o entidad para poder tomar decisiones acertadamente en el área económica y financiera. Los datos generados son inscritos en documentos contables que muestran la situación económica de la empresa.

En general, la contabilidad de costos busca objetivos a corto plazo para que la empresa obtenga beneficios; además que sabrá con exactitud a qué precio debe vender el producto de acuerdo con los gastos incurridos en el mismo. La empresa encuentra así un estado de equilibrio entre los ingresos y los costos y podrá tomar buenas decisiones, que a la postre es el principal objetivo de una empresa de la estrategia del negocio.

3. Objetivos de la Contabilidad de Costos

Berrío D. y Castrillón, J. (2008), explica que los objetivos son:

- a. Generar información que permita el cálculo exacto del costo de ventas y la determinación de la utilidad o pérdida del ejercicio.
- b. Establecer el costo de los inventarios, para su presentación en el estado de situación financiera de la empresa.
- c. Proporcionar información necesaria para ejercer un eficiente control administrativo y facilitar la toma de decisiones.
- d. Posibilitar la implementación, innovación y desarrollo de la estrategia empresarial.

2.2.2 Rentabilidad

2.2.2.1 Concepto

De acuerdo con Díaz Llanes Miguel (2012), cualquier persona tiene una idea de lo que es la rentabilidad, pero una definición de ella se hace muy difícil hasta el punto de que la inmensa mayoría de los manuales eluden dar una definición de este concepto. Se limitan a poner fórmulas. Entenderemos por Rentabilidad “la remuneración que una empresa (en sentido amplio de la palabra) es capaz de dar a los distintos elementos puestos a su disposición para desarrollar su actividad económica. Es una medida de la eficacia y eficiencia en el uso de esos elementos tanto financieros, como productivos como humanos. Con lo cual habría que hablar de rentabilidades”.

3.2.2.2 Definiciones

Para Sánchez, J. (2002) es un concepto aplicado a todo hecho económico donde se movilizan recursos materiales, humanos y financieros con el fin de obtener resultados beneficiosos a la empresa. En economía se denomina rentabilidad a la medida del rendimiento que producen los capitales en un determinado periodo de tiempo.

En términos más precisos, es uno de los objetivos que se traza la empresa para tener conocimiento pleno del rendimiento de lo invertido al realizar una actividad o actividades en un período de tiempo. Esto es la comparación entre la renta generada y los recursos utilizados en su obtención, para permitir la elección entre alternativas o de acuerdo con la eficiencia de las acciones realizadas; según que el análisis sea realizado antes o después. Según Chiriboga, L. (2007), la rentabilidad se considera una medida que relaciona los rendimientos de la empresa que moviliza recursos materiales, humanos y financieros con el fin de obtener resultados favorables. Esta medida permite evaluar las ganancias de la empresa con respecto a su nivel de ventas, de activos o la inversión del empresario.

De acuerdo con Ortiz Anaya, Héctor (2006). la rentabilidad se refiere a los beneficios obtenidos o que pueden obtenerse a través de una inversión realizada. Este concepto es muy importante tanto en el ámbito empresarial como en el de las inversiones, ya que permite conocer la capacidad de pago de los recursos financieros empleados.

Gitman L. (1997) dice que rentabilidad es la relación que existe entre ingresos y costos generados por el uso de activos en actividades productivas de la empresa. La rentabilidad puede ser evaluada con respecto a las ventas, a los activos, al capital o al valor accionario.

3.2.2.3 Tipos de Rentabilidad

1. Rentabilidad Financiera

Sánchez J. (2002) explica que la rentabilidad financiera o del capital, (ROE) por sus siglas en inglés, es una medida del rendimiento obtenido por sus capitales propios, en un determinado periodo de tiempo, muy independiente de la distribución del resultado.

La rentabilidad financiera puede considerarse así una medida de rentabilidad más cercana a los accionistas o propietarios que la rentabilidad económica, y de ahí que teóricamente, y según la opinión más extendida, sea el indicador de rentabilidad que los directivos buscan maximizar en interés de los propietarios.

En este sentido, el mismo autor agrega que la rentabilidad financiera debe estar acorde con lo que el inversor puede obtener en el mercado más una prima de riesgo como accionista; sin embargo, esto admite ciertos matices, ya que la rentabilidad financiera es una rentabilidad referida a la empresa y no al accionista,

Este concepto de rentabilidad financiera engloba el beneficio que consiguen los distintos socios de un negocio. Se encarga de medir la capacidad de una empresa para generar ingresos a partir de sus fondos. Hace referencia a la relación entre el beneficio neto y el patrimonio neto de la compañía.

Aguirre J., Prieto, M. y Escamilla, J. (1997) sostienen que el índice de rentabilidad financiera, evalúa la rentabilidad obtenida por los propietarios de una empresa sobre el rendimiento obtenido por su inversión. Su fórmula es la siguiente:

$$\frac{\text{Beneficio neto}}{\text{Recursos propios medios}}$$

Este cálculo mide la capacidad de la empresa para la remuneración de sus accionistas, que puede ser vía dividendos o mediante la retención de los beneficios, para el incremento patrimonial. Este índice es importante porque:

- a. Explica la capacidad de crecimiento de la empresa.
- b. A medida que se satisfaga la rentabilidad de sus inversiones, los accionistas apoyarán la gestión realizada
- c. Compara desde la perspectiva del accionista, rendimientos de inversiones alternativas.

2. Rentabilidad económica

Es el beneficio medio que obtiene la empresa debido a las distintas inversiones realizadas, se representa con un porcentaje. Ejm. Si en un ejercicio obtiene una rentabilidad de un 20% implica que por cada 100 soles invertidos ha obtenido 20 soles de ganancias.

Hace referencia a un beneficio promedio de la empresa por la totalidad de las inversiones realizadas. Se representa en porcentaje y se traduce de la siguiente manera, si la rentabilidad de una empresa en un año es del 10% significa que ha ganado S/. 10 por cada S/. 100 invertidos.

La rentabilidad económica compara el resultado obtenido de las actividades de la empresa con las inversiones realizadas para obtener dicho resultado, al mismo que aún no se le ha restado los intereses, gastos ni impuestos. Se le conoce como EBITDA.

Para el cálculo de la rentabilidad económica y tomar conocimiento del rendimiento obtenido por cada sol invertido se utiliza el ratio rentabilidad de los activos (ROA), que es el resultado de multiplicar el margen de beneficios por la rotación del activo; es decir, el margen obtenido de la venta de un producto o servicio por las veces que se vende.

Una forma de aumentar la rentabilidad económica es aumentando los precios de venta y reduciendo los costos, aunque esto no se puede aplicar a todas las actividades económicas. Por ejemplo, si un negocio se enfrenta a mucha competencia en precios, no podrá subir los precios sino que tendrá que aumentar las ventas.

Para determinar esta rentabilidad se compara el resultado alcanzado por la empresa – ello con independencia de la procedencia de los recursos financieros implicados, en relación con los activos empleados para su logro. La fórmula es la siguiente:

$$\text{Rentabilidad económica} = \frac{\text{Activo total}}{\text{Resultado del período}}$$

Este ratio también se expresa más vinculado a la actividad económica propia de la empresa; en este caso la fórmula es:

$$\text{Rentabilidad económica} = \frac{\text{Resultado de explotación}}{\text{Activo total}}$$

Este ratio puede descomponerse en otros elementos que permiten identificar la forma en que se han obtenido estos niveles de rentabilidad. El primer elemento que permite evaluar la procedencia de la rentabilidad es el ratio de margen de beneficio, calculado como:

$$\text{Margen de beneficio} = \frac{\text{Resultado de la explotación}}{\text{Ventas netas}}$$

Este ratio evalúa la aportación que ha realizado al nivel de actividad alcanzado

3. Indicadores de Rentabilidad

a. Rentabilidad absoluta

Es la rentabilidad que indica los fondos que están invertidos en activos del mercado monetario, en activos de renta fija o variable y tiene rentabilidades fijas pero no garantizadas.

b. Rentabilidad acumulada

Es el beneficio conseguido por un proyecto de inversión o actividad económica en un periodo de tiempo y que se suman a los derivados de la misma inversión en periodos anteriores arrojando así el saldo total de la rentabilidad.

c. Rentabilidad económica

Es un indicador de la eficiencia económica de la empresa. Se calcula dividiendo el beneficio total anual antes de la deducción de intereses entre el activo total de la empresa, todo ello multiplicado por 100. Es decir, la rentabilidad económica mide la capacidad de generar beneficios que tiene la empresa a partir de los activos y el capital invertido, independiente de la estructura financiera.

d. Rentabilidad financiera o rentabilidad del ROE

Se obtiene a través de la relación existente entre el beneficio neto obtenido por la empresa antes de impuestos y los recursos o fondos propios de la misma. Su fórmula es:

$$ROE = \frac{\text{Beneficio neto después de impuestos}}{\text{Fondos propios}}$$

e. Rentabilidad comercial

Es el ratio que evalúa la calidad comercial de la empresa. Se consigue dividiendo los beneficios obtenidos en las ventas entre las propias ventas conseguidas en un periodo de tiempo.

f. Rentabilidad dinero.

Para su cálculo se utiliza la Tasa efectiva de rentabilidad que contempla las reinversiones efectivas de los capitales financieros obtenidos en una inversión.

g. Rentabilidad efectiva.

Para su cálculo se utiliza la Tasa efectiva de rentabilidad que contempla las reinversiones efectivas de los capitales financieros obtenidos en una inversión.

h. Rentabilidad esperada del VAN.

Es una forma de valorar las inversiones aplicables a las situaciones donde algunos datos de la inversión no son conocidos con certeza. En estos casos se considera que uno de los parámetros se comporta como una variable aleatoria, por lo que en este caso el VAN o rentabilidad esperada se considera un suma de variables aleatorias.

i. Rentabilidad garantizada.

Es es aquella que es aplicada a actividades financieras como los planes de pensiones garantizados o cuentas de ahorro con rentabilidad garantizada.

j. Rentabilidad geométrica o Tasa Geométrica de Rentabilidad.

Mide la rentabilidad media de determinadas operaciones financieras que, además de cambiar, puede hacerse revalorizado o desvalorizado, es acumulativa. Por tanto, es más eficiente usar esta rentabilidad geométrica que el cálculo de la rentabilidad media calculada de manera simple o aritmética.

k. Rentabilidad libre de riesgo.

Es la que aparece con las operaciones financieras que están libre de riesgo como pueden ser los depósitos bancarios.

l. Rentabilidad nominal y rentabilidad real.

La rentabilidad nominal no tiene en cuenta el efecto inflacionario y la rentabilidad real sí lo tiene en cuenta.

4. Importancia de medir la Rentabilidad

La rentabilidad es uno de los términos más importantes y más utilizado por toda la comunidad empresarial, pero a pesar de su importante relevancia, es uno de los conceptos menos comprendidos por los que lo utilizan en el día a día. Lo que se cree generalmente, es que cualquier negocio que consigue que sus costos sean menores que los ingresos y por lo tanto un resultado positivo, se considera rentable; pero este es un concepto eminentemente contable, por lo que no se puede decir que haya sido exitoso.

5. El Riesgo Financiero

De acuerdo con Seco, M (2007), en el campo de las finanzas, el riesgo es la posibilidad de que ocurra un evento no esperado que genere pérdidas de valor, es decir, sucesos que no se prevén y que conllevan a no cumplir los objetivos. Un ejemplo que clarifica esta concepción es el siguiente: Juan compra acciones de una empresa que cotiza en la Bolsa de valores a un bajo precio, con la expectativa de que en los próximos días suba para obtener ganancias; sin embargo, si los precios caen aún más, este sería un evento que no esperaba y de concretarse la venta de sus activos, incurriría en pérdida.

Las previsiones a largo plazo, tienen asociada mayor incertidumbre que las decisiones de corto plazo por el efecto del paso del tiempo.

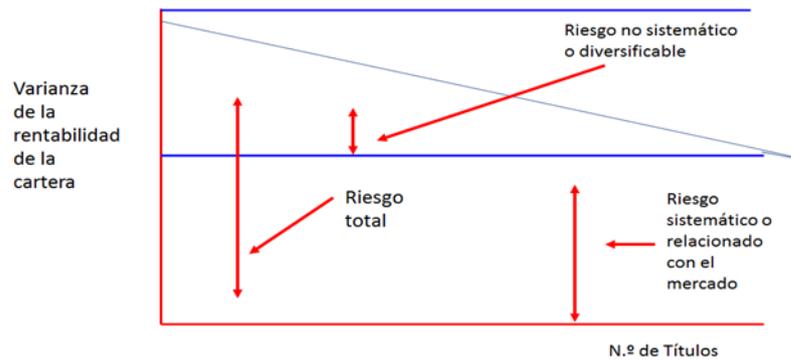
Por otro lado, Castañeda, W. (2010) expresa que el riesgo total que asume un agente comprende dos partes:

a. Riesgo sistemático

Este riesgo depende única y exclusivamente del comportamiento del mercado, es decir, de los factores macroeconómicos como el tipo de cambio, el precio de los activos, las tasas de interés, el precio de commodities, etc.

b. Riesgo no sistemático

Es el riesgo que depende sólo de las características propias de la empresa y no del mercado y es diversificable a diferencia del riesgo sistemático.



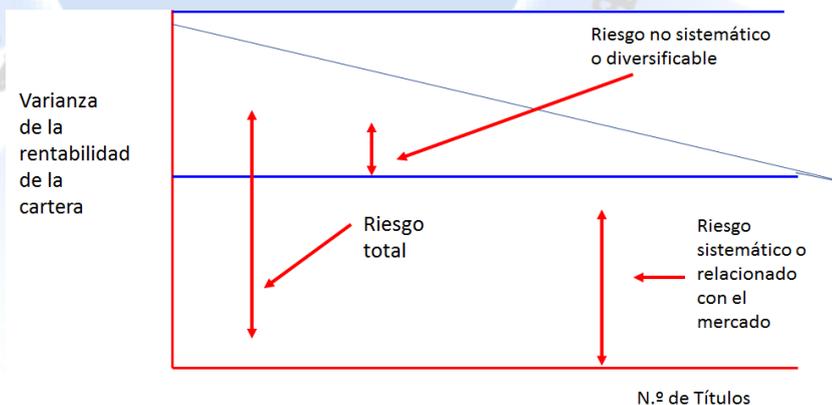
c. Riesgo sistemático

Indica el riesgo que depende única y exclusivamente del mercado, es decir, de los factores macroeconómicos como el tipo de cambio, el precio de los activos, las tasas de interés, el precio de commodities, etc.

d. Riesgo no sistemático

Denominado también como riesgo propio o específico. Hace alusión a la parte del riesgo que depende solo de las características propias de la empresa y no del mercado. Tiene la propiedad de ser diversificable a diferencia del riesgo sistemático.

Figura N° 1 Los componentes del riesgo en el portafolio



Fuente: Elaboración propia

En la figura preceden se te aprecia la desviación estándar de un portafolio, que demuestra que una medida del riesgo disminuye conforme se van agregando más valores o activos, pero no se anula completamente; así, el riesgo no sistemático se puede eliminar con la diversificación, más no con el sistemático o de mercado.

6. Tipos de riesgo

De acuerdo con Martínez, I. (2012), debido a los diferentes ámbitos en que puede verse inmerso el riesgo, se tienen los siguientes tipos según a su origen:

a. Riesgo de crédito

Es el riesgo de incurrir en pérdidas debido a que una contrapartida no atiende las obligaciones de pago expuestas en un contrato. Por ejemplo, se tiene el caso de un tomador de préstamo que incumple los pagos pendientes de la deuda o en el caso de un emisor de bono de renta fija que no hace frente a los pagos de interés o capital. Las principales consecuencias que pueden ocasionar son pérdidas de intereses, disminución de los flujos de caja, aumento en los gastos de recuperación, etc.

b. Riesgo de mercado

Lo producen las oscilaciones de los precios de los mercados de capitales. Los principales son:

- Riesgo cambiario: producido por el tipo de cambio de las monedas extranjeras.
- Riesgo de tasas de interés: es la pérdida producida por un movimiento adverso de los tipos de interés que genera pérdidas de valor de mercado de activos financieros sensibles al tipo de interés, como los títulos de renta fija pública y privada.
- Riesgo de precio de activos
- Riesgo de commodities: tiene relación con los precios de los principales productos acordados internacionalmente, como las materias primas.

c. Riesgo de liquidez

Es el riesgo de no poder adquirir o vender los activos disponibles o que deseen tener en cantidades requeridas, para obtener un beneficio o evitar una pérdida.

Otros riesgos asociados a las empresas que se toman en cuenta son los siguientes:

d. Riesgo operacional

Son las pérdidas potenciales que resultan de la aplicación de sistemas ineficaces, deficiencias administrativas, controles inadecuados, fraudes o errores humanos; es decir, que se relacionan con errores cometidos al dar

instrucciones o al ejecutar operaciones. En muchos casos se dan fallas en los procesos de control y seguimiento.

e. Riesgo legal

Se da cuando se supone una pérdida ante la imposibilidad de ejecución de una operación, debido a la incapacidad de una de las partes para cumplir los compromisos asumidos, por no existir una formalización clara o no encontrarse dentro marco legal vigente.

f. Riesgo país

Es el riesgo de pérdida que puede sufrir una empresa, o un inversor, que realiza parte de sus actividades en un país extranjero. En este sentido, se toman en cuenta los factores económicos, políticos y sociales.

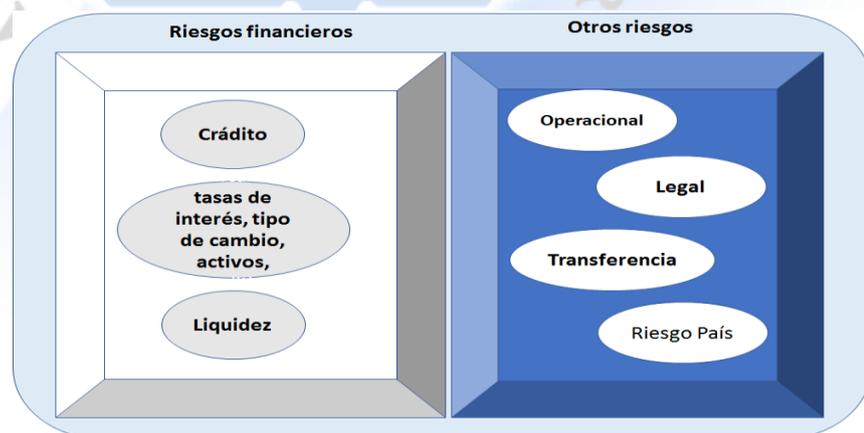
g. Riesgo de transferencia

Es el riesgo de que los acreedores extranjeros residentes en el país, pierdan su capacidad de hacer frente a sus deudas por carecer de la divisa o divisas en las que están denominadas

h. Riesgo soberano

Se originan por la falta de eficacia de las medidas legales planteadas contra el prestatario o último obligado al pago, por razones de soberanía.

Figura N° 2 Tipología de los riesgos



Fuente: Martínez Paricio

7. Medición de los riesgos

De acuerdo con lo publicado en el Informativo Caballero Bustamante. (2008), es importante remarcar la cuantificación del riesgo, ya que será fundamental para una

adecuada gestión de los mismos y poder limitarlas o restringirlas, por lo cual exige identificar y clasificar tomando en cuenta la tipología de los riesgos.

Dada la importancia de este factor, se han desarrollado diversos programas de simulación de riesgos, con el fin de minimizar el margen de error en función de la coyuntura económica. Entre los que más destacan son el Cristal Ball y @Risk como herramienta básica de análisis de riesgo, utilizados por las diversas entidades financieras.

La base de estos programas está dado por diversos elementos estadísticos. Para la medición del riesgo, se toman en cuenta las siguientes estadísticas:

a. Varianza

Es la variación que experimenta un activo en función de un promedio de mercado, es decir, cómo se mueve el activo con relación a un porcentaje estándar de mercado.

b. Covarianza

Este coeficiente se emplea para medir como los activos tienden a moverse conjuntamente, es decir, la relación que se presenta entre ellos.

Puede darse de manera positiva o negativa.

c. Rendimiento esperado

Es la suma ponderada de los rendimientos esperados de los títulos que forman la cartera.

Por tanto, el riesgo, en términos matemáticos y estadísticos, se mide como las desviaciones de los rendimientos de la cartera respecto de su valor esperado. Un concepto que se asocia comúnmente al riesgo es el de volatilidad, que consiste en los acontecimientos que se derivan en incrementos o decrementos en la rentabilidad de los activos financieros, debido a la sensibilidad a la información de índole político, económico, gubernamental, monetario y fiscal, entre otros factores similares.

Si se toma en cuenta las correlaciones de los diferentes tipos de riesgo, se debe recurrir a la estimación de modelos más complejos de gran utilidad para la gestión de riesgos financieros, destacando tres de ellos:

- Modelos Var: permite determinar el capital necesario para hacer frente a posibles pérdidas.

- Modelos Rar: para asegurar que los riesgos asumidos se vean compensados por la rentabilidad obtenida.
- Modelos rating: permitirá asegurar la correcta identificación y clasificación de riesgos que enfrenta la entidad.

8. Toma de Decisiones estratégicas

Hitt y Collins, (2007), sostienen que las decisiones estratégicas constituyen un proceso de elección de la mejor alternativa estratégica, que involucra la asignación de los recursos necesarios para alcanzar o mantener una ventaja competitiva.

La toma de decisiones estratégicas que adopta la alta dirección, permite a las organizaciones equilibrar sus factores internos en cuanto a recursos y capacidades con los factores externos, o sea. las amenazas y las oportunidades que existen en el medio ambiente

Eisenhardt y Zbaracki, (1992) explican que la concepción tradicional de la toma de decisiones estratégicas se centra en el debate con relación a la racionalidad completa en contraste con la racionalidad limitada, tomando en cuenta factores políticos y de poder en la toma de decisiones.

En este sentido, a partir del trabajo de Simon (1957) se cuestionó el supuesto neoclásico de la racionalidad completa en los procesos de toma de decisiones. El propio Simon (1957) y propuestas subsecuentes tales como Cyert y March (1963), Allison (1971) y Simon (1991) establecen claridad con relación a que la racionalidad que prima en los procesos de toma de decisiones es una racionalidad limitada; es decir, no se dispone de la información necesaria para elegir; por lo que no existe la capacidad de crear todas las posibilidades y el tiempo para dar solución a un problema.

3.3 Definición de Términos

2.3.1 Acumulación de costos

Agrupamiento de costos individuales que suministra a la gerencia una base para pronosticar las consecuencias económicas de sus decisiones y le da pie para realizar mejoras en sus niveles de producción.

2.3.2 Asignación del costo

Es la determinación de los costos unitarios de cada uno de los productos fabricados y su distribución en centros de responsabilidad específicos.

2.3.3 Bases para la asignación de costos

Es el fundamento sobre el que la contabilidad de costes asigna costos generales. Una base de asignación es una cantidad, como las horas/máquina, horas de kilovatio (kWh) consumidas o los metros cuadrado que se ocupan.

2.3.4 Bien

Es todo elemento tangible, medio o material con valor positivo destinado a satisfacer necesidades de clientes o grupos de consumidores que lo demandan. En ese sentido, pueden adquirirse en el mercado mediante transacciones u operaciones económicas con un precio asignado.

2.3.5 Centro de Costos

Centro que se responsabiliza sólo de los costos controlables del área. Ej. Departamento de contabilidad, de tesorería, de publicidad, de relaciones industriales.

2.3.6 Costos del Producto

Costos incurridos que se asignan a los artículos fabricados. Se convierten en gastos cuando estos productos son vendidos. También son conocidos como costos inventariables o capitalizables.

2.3.7 Costo Directo

Son los que guardan estrecha relación con el producto o servicio y se establecen desde las primeras fases de producción y se reflejan en los presupuestos o estimaciones de costos

2.3.8 Departamento de Servicio

Es el que se encarga de proporcionar oportuna y eficientemente, los servicios que requiera el centro en materia de comunicaciones, transporte, suministro de mantenimiento preventivo y correctivo al mobiliario, equipo de oficina y equipo de transporte y otros.

2.3.9 Gastos

Son los recursos utilizados para lograr un beneficio y constituyen una partida que disminuye el beneficio de la empresa o, en su defecto, aumenta la deuda o pérdida, por cuanto no se recuperan.

2.3.10 Gastos de Administración

Son las erogaciones en las que incurre la empresa, que no están relacionados directamente a las ventas o a la producción.

2.3.11 Gastos de Fabricación

Son desembolsos necesarios en que se incurre para la elaboración del producto, pero que se dificulta asignarlos directamente al mismo, tales como: materiales indirectos, empaque, combustible y lubricantes, mano de obra indirecta, prestaciones, papelería y otros gastos, alquileres, amortización, gastos de organización y otros afines al área administrativa

2.3.12 Gastos de Ventas

Son los incurridos por la empresa para publicitar y comercializar los productos o servicios a los clientes.

2.3.13 Línea de productos

Es una agrupación de artículos estrechamente relacionados entre sí por algunas de sus características, ya sea porque se producen o comercializan de la misma manera, por su distribución, precio o porque satisfacen una clase de necesidad o se usan conjuntamente

2.3.14 Materiales

Son los recursos consumibles y no consumibles que se utilizan para lograr o producir algo, como los equipos, herramientas, maquinaria y suministros.

2.3.14 Planificación Financiera

El proceso de identificación, cuantificación y programación de los recursos financieros necesarios para llevar a cabo un proyecto.

2.3.15 Precio

Es la cantidad de dinero necesaria para la adquisición o uso de un bien, un servicio u otro objetivo.

2.3.16 Productividad

Es la relación que existe entre el empleo de los recursos y los resultados finales obtenidos y que persiguen la satisfacción, tanto del cliente final como de la empresa.

2.3.17 Rentabilidad sobre la inversión

Es la relación que existe entre las utilidades o ganancias obtenidas o que se esperan obtener y la inversión total realizada

2.3.18 Retorno sobre la inversión

Indica la rentabilidad (expresada como porcentaje), que genera la unidad productiva por cada unidad monetaria invertida; es decir, lo que el inversionista recibe como ganancia por cada s que ha invertido en la unidad productiva. Para calcular este indicador, deberá tomarse en cuenta la inversión inicial hecha por la unidad productiva, más todos los recursos por los que la unidad productiva debe pagar una tasa de interés, como por ejemplo los créditos bancarios. En términos generales, entre mayor es la tasa de retorno sobre la inversión, mayor es el atractivo del proyecto. Los gastos financieros no son incluidos en el cálculo de la utilidad, ya que el objetivo es realizar una evaluación suponiendo que la unidad productiva trabaja únicamente con fondos propios

2.3.19 Retorno sobre los activos

Es la relación entre los beneficios netos y los activos totales de una empresa. Representa la rentabilidad que obtiene la unidad productiva respecto al activo invertido, ya sea que

esté financiado con fondos propios o ajenos. Para calcular este indicador se divide la ganancia antes de intereses y después de impuestos, entre el total de activos de la unidad productiva. En este caso, también se pretende evaluar a la unidad productiva como si trabajara únicamente con recursos propios

2.3.20 Servicio

Son las actividades que intentan satisfacer determinadas necesidades de los clientes. Los servicios son lo mismo que un bien, pero de forma no material o intangible; esto se debe a que el servicio solo es presentado sin que el consumidor lo posea.

2.4 Hipótesis

2.4.1 Hipótesis general

La gestión de costos de servicio influye significativamente en la rentabilidad en la empresa DHZ BACKLINE E.I.R.L. 2016

2.4.2. Hipótesis específicas

1. La planificación financiera influye significativamente en la rentabilidad en la empresa DHZ BACKLINE E.I.R.L. 2016.
2. Las estrategias de costos influyen significativamente en la rentabilidad en la empresa DHZ BACKLINE E.I.R.L. 2016.
3. El control de costos influye significativamente en la rentabilidad en la empresa DHZ BACKLINE E.I.R.L. 2016.

2.5 Variables e indicadores

Tabla N° 1 Variables e Indicadores

VARIABLES	INDICADORES
VI X: La Gestión de Costos de Servicio	1) La Planificación Financiera 2) Las Estrategias de Costos 3) El Control de Costos
VD Y: La Rentabilidad	1) Recursos Financieros 2) Costo-Beneficio 3) Rentabilidad Económica y financiera

Fuente: Elaboración propia

2.6 Matriz de consistencia

TÍTULO "LA GESTION DE COSTOS DE SERVICIO Y LA RENTABILIDAD EN LA EMPRESA DHZ BACKLINE E.I.R.L. 2017"				
AUTOR BACH. JOSE ALEJANDRO MANOSALVA JESICH				
PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES / INDICADORES	METODOLOGÍA
Problema General	Objetivo General	Hipotesis General	V.I. = La Gestión de costos de servicio	Enfoque es cuantitativo El Tipo de investigación es aplicada porque se apoya en un contexto teórico para conocer, describir, relacionar o explicar una realidad. El nivel es descriptivo y explicativo, se describe y se explican las causas, los comportamientos de una variable y sus dimensiones, en función de la otra variable. El diseño es No experimental, y de corte transversal. Población: Es de 38 personas Unidad de análisis: Áreas de gerencia, contabilidad y administración. Muestra: 18 Técnicas: La encuesta y la entrevista. Instrumentos: El cuestionario y la guía de entrevista
¿En qué medida la gestión de costos de servicio influye en la rentabilidad en la empresa DHZ BACKLINE E.I.R.L. 2016??	Determinar en qué medida la gestión de costos de servicios influye en la rentabilidad en la empresa DHZ BACKLINE E.I.R.L. 2016.	La gestión de costos de servicio influye significativamente en la rentabilidad en la empresa DHZ BACKLINE E.I.R.L. 2016	Indicadores 1) La Planificación financiera 2) Las Estrategias de costos 3) El Control de costos	
Problemas Específicos	Objetivos Específicos	Hipótesis específicas	V.D. = La Rentabilidad	
1) ¿En qué medida la planificación financiera influye en la rentabilidad en la empresa DHZ BACKLINE E.I.R.L. 2016?	1) Determinar en qué medida la planificación financiera influye en la rentabilidad en la empresa DHZ BACKLINE E.I.R.L. 2016.	1) La planificación financiera influye significativamente en la rentabilidad en la empresa DHZ BACKLINE E.I.R.L. 2016.	1) Recursos financieros 2) Costo - beneficio 3) Rentabilidad económica y financiera	
2) ¿En qué medida las estrategias de costos influyen en la rentabilidad en la empresa DHZ BACKLINE E.I.R.L. 2016?	2) Establecer en qué medida las estrategias de costos influyen en la rentabilidad en la empresa DHZ BACKLINE E.I.R.L. 2016.	2) Las estrategias de costos influyen significativamente en la rentabilidad en la empresa DHZ BACKLINE E.I.R.L. 2016.		
3) ¿En qué medida el control de costos influye en la rentabilidad en la empresa DHZ BACKLINE E.I.R.L. 2016?	3) Determinar en qué media el control de costos influye en la rentabilidad en la empresa DHZ BACKLINE E.I.R.L. 2016.	3) El control de costos influye significativamente en la rentabilidad en la empresa DHZ BACKLINE E.I.R.L. 2016.		

2.7 Empresa DHZ BACKLINE E.I.R.L.

DHZ BACKLINE E.I.R.L., fundada el 25/02/2013, se encuentra ubicada en el Jr. M Pérez Nro. 774 Urb. Primavera en Lima / Lima / Magdalena del Mar, Teléfono N° 6054405 y está registrada dentro de las sociedades mercantiles y comerciales como una Empresa Individual de Responsabilidad Limitada.



2.7.1 Antecedentes

Dhz Backline nace en el año 2004, respondiendo a la necesidad del mercado en nuestro país que demandaba ya estándares de calidad internacional para eventos.

Con la llegada de nuevos recintos y propuestas de espacio, las giras nacionales e internacionales requerían proveedores que pudieran cumplir con equipo de alta calidad, personal calificado y experiencia en el medio.

Es así como nace DHZ BACKLINE E.I.R.L. y rápidamente se posiciona como una empresa sólida en el mercado. A través de contratación, capacitación y desarrollo de personal técnico, en poco tiempo logra colocarse como el estándar nacional en eventos.

A través de estos años de exitosa historia, pronto logra crear una presencia con artistas y eventos nacionales e internacionales, combinando capacidad técnica, humana y la habilidad de trabajar con los estándares más exigentes del mercado.

2.7.2 Misión

Superar las expectativas a través de la integridad, la innovación, la atención a los detalles y el servicio al cliente inquebrantable en todos nuestros servicios.

2.7.3 Visión

Ser un icono del BACKLINE en el Perú brindando un excelente servicio con equipos de alta gama

2.7.4 Objetivos Estratégicos de la Empresa

1. Consolidar el posicionamiento como empresa innovadora en el ámbito realización de eventos.

2. Entregar productos y servicios que agreguen un valor único superior sostenible de forma continua a los clientes.
3. Mejorar el soporte logístico y de servicio.
4. Potenciar el desarrollo de productos diferenciados e innovadores.

2.7.5 Valores

1. Compromiso

- a. Compromiso va más allá de cumplir con las funciones, supone utilizar todas nuestras capacidades e implicarse al máximo en el trabajo. Es dar siempre un poco más porque nos motiva y porque nos importa.
- b. Se demuestra sintiendo como propios los objetivos de la organización y a través del esfuerzo y dedicación buscar su cumplimiento.
- c. Cuando se previene y se superan obstáculos que interfieren con el logro de los objetivos planteados.

2. Desarrollo personal

- a. Se demuestra el desarrollo personal buscando el bienestar personal, familiar, laboral y social.
- b. Mediante las capacitaciones constantes en áreas de interés laboral.
- c. Tratando de siempre dar lo mejor de si en el aspecto laboral, personal, familiar y social.
- d. Ayudando a los otros colaboradores en su desarrollo laboral y personal.

3. Flexibilidad.

- a. Capacidad de adaptarse rápidamente a situaciones inesperadas y condiciones cambiantes.
- b. Capacidad de buscar soluciones a los problemas que se presentan para lograr los objetivos que se siguen.
- c. Capacidad de ajustarse a lo que las personas piensan, sienten y son.
- d. Reconocer los diferentes puntos de vista que existen dentro de la organización, sin que esto signifique estar de acuerdo.
- e. Capacidad de buscar nuevas experiencias y de escuchar ideas distintas

4. Igualdad

- a. Se demuestra el valor de la igualdad no haciendo ningún tipo de distinción de religión, raza, sexo, área u otras, entre las personas.
- b. Otorgando a todos, la misma oportunidad de crecimiento y el mismo trato ante las normas y políticas de la empresa.
- c. Siendo tolerantes ante las opiniones diferentes.
- b. Evitando las diferencias de trato según puesto de trabajo

5. Integridad

- a. Se demuestra la integridad actuando con honestidad, confianza y ética.
- b. Actuar en consonancia con lo que se dice o se considera importante. Sin tener dobles discursos.
- c. Respetar normas de convivencia laboral, como por ejemplo: no ocultar información relevante, entregar la información a tiempo,

- b. Respetar la confidencialidad de la información, no usar la información, el puesto o las relaciones para beneficio propio.
- a. Cumplir con los compromisos y promesas que se hacen y asumir los errores que se cometen.

6. Proactividad

- a. Se demuestra el valor de la proactividad teniendo la Iniciativa en el desarrollo de acciones creativas y audaces para generar mejoras constantes.
- b. Actuando de forma activa al adelantarse a los acontecimientos, es decir, no esperar que se produzcan los mismos para recién actuar.
- c. Siendo personas positivas dispuestas a aprender de sus errores aceptando las críticas constructivas a fin de mejorar es el aspecto profesional.
- d. Siendo perseverantes con los objetivos que se pretenden lograr a corto, mediano y largo plazo.
- e. Personas que conocen sus fortalezas y sus oportunidades de mejora y saben trabajar con ellas, en beneficio del equipo.

7. Respeto

- a. Se demuestra el respeto en la empresa teniendo consideración hacia las ideas de los demás.
- b. Saludando con cordialidad a todas las personas que vemos en el día.
- c. Cumpliendo con la normativa interna de Agrovot Market: horarios, procedimientos, políticas, entre otros.
- d. Tomando en cuenta las opiniones de los demás sin que eso signifique necesariamente estar de acuerdo con ellas.
- e. Evitando poner sobrenombres, ofender con acciones o con palabras a los demás, levantar la voz y evitando el acoso laboral entre colaboradores y/o subordinados.

8. Responsabilidad.

- a. Cumplir con todas las funciones encomendadas y de forma consistente.
- b. Desarrollar las funciones con empeño y dedicación, no solo por cumplir sino para lograr los objetivos esperados.
- c. Hacer seguimiento de todas las funciones hasta que se concreten con éxito y no solo hasta que llegue a otra área, superando los obstáculos que se presenten en el camino.

8. Trabajo en equipo

- a. Se demuestra el valor del trabajo en equipo teniendo armonía en los objetivos comunes.
- b. Cuando la comunicación interna es base de todos los proyectos emprendidos en pro de los objetivos comunes.
- c. Cuando se deja de lado el ego personal en beneficio de los objetivos comunes, pues los equipos se construyen con la participación de todos y cada uno de los colaboradores, quienes aportan lo mejor de sí en beneficio común.
- d. Cuando se tiene la capacidad de seguir adelante adaptándose a los cambios y proponiendo ideas nuevas y soluciones a los Contratiempos, pues trabajar en equipo implica que no siempre las cosas saldrán como uno quiere.

2.7.6 Organigrama

Figura N° 3 Organigrama de la empresa



Fuente: Empresa DHZ BACKLINE E.I.R.L

CAPITULO III METODOLOGICA DE LA INVESTIGACION

3.1 Diseño Metodológico

3.1.1 Enfoque de la Investigación

El enfoque es cuantitativo, porque permite examinar los datos de manera numérica sobre las variables, especialmente en el campo de la estadística. Entre los elementos del problema de investigación existe una relación cuya naturaleza sea lineal; es decir, que hay claridad entre los elementos del problema de investigación que conforman el problema, es posible definirlo, limitarlos y saber exactamente donde se inicia el problema, en cual dirección va y que tipo de incidencia existe entre sus elementos. Los elementos constituidos por un problema, de investigación Lineal, se denominan: variables, relación entre variables y unidad de observación.

3.1.2 Tipo de Investigación

La presente investigación es de tipo Aplicada. Este tipo de investigación se caracteriza porque busca la aplicación o utilización de los conocimientos adquiridos, a la vez que se adquieren otros, y hace uso de los métodos del pasado, los conocimientos o teorías o de investigación básica para resolver un problema existente en la mayoría de los casos, en provecho de la sociedad.

En esta investigación, se busca establecer en qué medida la logística de distribución influye en la obtención de una mejor rentabilidad en la empresa DHZ BACKLINE E.I.R.L., con la finalidad de proponer mejores estrategias para la consecución de las metas de rentabilidad propuestas en la empresa.

3.1.3 Nivel de la Investigación

El presente Trabajo de Investigación se enmarca en el nivel Descriptivo y Explicativo, se describen las variables y se explica la influencia de una en función de la otra variable, pues se plantea una influencia entre la Gestión de Costos de Servicio y la Rentabilidad en la empresa DHZ BACKLINE E.I.R.L.

El presente trabajo permitirá aplicar procedimientos para determinar el grado de influencia que ejerce la adecuada gestión de los costos de servicio en la obtención de una mejor rentabilidad en la empresa en estudio.

3.1.4 Diseño

Es no experimental y de corte transversal, por la siguiente:

1. Diseño No Experimental,

No se ha manipulado ninguna de las variables. Sólo se describen y se explica la incidencia e interrelación de las variables.

2. Diseño de Corte Transversal

Está dirigido al análisis del nivel o estado de las variables mediante la recolección de datos en un momento dado.

3.2 Población, Unidad de Análisis y Muestra

3.2.1 Población

La población del estudio estuvo conformada por los funcionarios, el personal que labora en el área contable, siendo un total de 38 personas que trabajan en la empresa DHZ BACKLINE E.I.R.L.

Tabla N° 2 Estratificación de la Población

Área	N° de Personas	%
Gerencia	2	5.26
Administración	10	26.32
Contabilidad	8	21.05
Marketing	5	13.16
Producción	13	34.21
Total	38	100.00

Fuente: Elaboración propia

Esta población total se puede reducir a una unidad de análisis del cual extraer la muestra en base a las posibilidades de extracción de datos y la coherencia de las actividades que realiza el personal con el objetivo de la presente investigación.

3.2.2 Unidad de Analisis

Tabla Nª 3 Unidad de Analisis

Áreas	Unidad de Análisis
Gerencia	2
Contabilidad	8
Administración	10
TOTAL	20

3.2.3 Muestra

La muestra de estudio estuvo conformada por 18 colaboradores de la empresa DHZ BACKLINE E.I.R.L. Para definir el tamaño de la muestra se ha utilizado el método probabilístico aplicado la fórmula generalmente aceptada para poblaciones menores de 100,000.

$$n = \frac{(p.q)Z^2.N}{(EE)^2 (N-1) + (p*q)Z^2}$$

Dónde:

n: Representa el tamaño de la muestra que se toma en cuenta para el trabajo de campo.

p y q: Representan la probabilidad de que la población esté o no incluida en la muestra. De acuerdo con la doctrina, cuando no se conoce esta probabilidad estadísticamente, se asume que p y q tienen el valor de 0.5 cada uno.

Z: Representa la desviación estándar que en la curva normal define una probabilidad de error = 0.05, lo que equivale a un intervalo de confianza del 95% en la estimación de la muestra, por tanto, el valor Z = 1.96

N: Representa la población que se ha tomado, en este caso 38 personas, considerando solamente aquellas involucradas en la investigación.

EE: Representa el error estándar estimado. En este caso se ha considerado el 0.05%.

Por tanto:

$$n = \frac{(0.50*0.50)*1.96^2*19}{(0.05)^2 (45-1) + (0.50*0.50) * 1.96^2}$$

n = 18

3.3 Matriz de conceptualización y operacionalización de variables e indicadores

TÍTULO:		“LA GESTION DE COSTOS DE SERVICIO Y LA RENTABILIDAD EN LA EMPRESA DHZ BACKLINE E.I.R.L. 2017”					
PRESENTADO POR		BACHILLER JOSÉ ALEJANDRO MANOSALVA JESICH					
TIPO INVESTIGACION		CUANTITATIVA (X)	CUALITATIVA ()				
VARIABLE	DEFINICION CONCEPTUAL	DEFINICION OPERACIONAL	INDICADORES	ÍNDICES	ITEMS		
VI LA GESTION DE COSTOS DE SERVICIO	la gestión de costos es el conjunto de acciones estratégicas que una organización utiliza para administrar sus finanzas con el fin de aprovechar sus recursos financieros. Para este propósito, desglosa los costos y lo que se necesita para tener un margen de ganancia. El secreto para una buena gestión de costos es conocer en profundidad los gastos que la empresa tiene para generar su producto o servicio y, por supuesto, tomar nota de los gastos necesarios para mantenerlo en funcionamiento. (C. Ferguson y J. Gould, 2010)	Implica manejar efectivamente el costo del proyecto, para lo cual hay que planificar los recursos involucrados, estimar el costo de su uso, preparar el presupuesto del proyecto, manejar la tesorería y controlar las variaciones en los desembolsos del presupuesto. La gestión de costos es de gran importancia para cualquier empresa y representa actualmente una estrategia financiera que se debe tener muy en cuenta al desarrollar cualquier proyecto ya que permite el control de los recursos. La gestión de costos es materia de interés creciente por la necesidad que tienen las empresas de mejorar su competitividad.	1) Planificación de los costos		1) ¿Considera Ud. que la gestión de costos de servicio impacta favorablemente en la rentabilidad en la empresa?		
					2) ¿Cree Ud. Que la planificación de los costos tiene repercusión importante en la rentabilidad en la empresa?		
				Estimado de Costos	3) Según su criterio ¿el estimado de costos tiene incidencia en la rentabilidad en la empresa?		
				Cronograma de Ejecución	4) ¿El cronograma de ejecución de los costos tiene repercusión favorable en la rentabilidad?		
			2) Estrategias de Costos				5) ¿Considera Ud. que la aplicación de una acertada estrategia de costos mejora la rentabilidad en la empresa?
						Liderazgo global en costos	6) ¿Cree Ud. que la adopción de la estrategia de liderazgo global en costos tiene incidencia directa en la rentabilidad en la empresa?
						Diferenciación	7) Según su criterio ¿la diferenciación de los costos favorece el mejoramiento de la rentabilidad?
			3) El control de los costos				8) ¿Cree Ud. que un eficiente control de costos permite el incremento de la rentabilidad en la empresa?
						Reducción de gastos generales	9) ¿Considera Ud. que la reducción de gastos generales favorece la obtención de rentabilidad?
						Fomento de un ambiente de ahorro	10) ¿El fomento de un ambiente de ahorro causa impacto positivo en la rentabilidad?

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	INDICADORES	ÍNDICES	ITEMS
VD LA RENTABILIDAD EN LA EMPRESA DHZ BACKLINE E.I.R.L. 2017A	<p>Es la capacidad que tiene una empresa para poder generar los beneficios suficientes, en relación con sus ventas, activos o recursos propios, para ser considerada rentable. Es decir, que la diferencia entre sus ingresos y sus gastos es suficiente como para mantenerse en el tiempo de manera sostenible y seguir creciendo. Lo más eficiente a la hora de medir una rentabilidad es evaluar la relación que existe entre sus utilidades y sus beneficios, y los recursos que han utilizado para obtenerlo. (Gitman 1997)</p>	<p>La rentabilidad de las empresas que pertenecen a una determinada economía es un factor determinante que influirá en la salud macroeconómica de dicho territorio, ya que una gran parte del empleo existente dependerá de manera directa en la salud de las empresas.</p>	1) Recursos financieros		11) ¿Considera Ud. que la correcta Planificación de los costos permite preservar los recursos financieros de la empresa?
				Endeudamiento con Terceros	12) ¿Cree Ud. que un eficiente Cronograma de Ejecución de los gastos dosifica el endeudamiento con terceros?
				Capital de Trabajo	13) Según su opinión ¿una adecuada reducción de gastos generales permite mantener en términos razonables el capital de trabajo?.
			2) Costo - Beneficio		14) De acuerdo con su criterio ¿un adecuado estimado de costos permite determinar el costo - beneficio?
				Minimización de costos	15) ¿La utilización de eficaces estrategias de costos posibilita la minimización de los costos en la empresa?
			3) Rentabilidad Económica y financiera	Utilidad proyectada	16) ¿Cree Ud. que la utilización de la estrategia de diferenciación de costos determina la obtención de la utilidad proyectada?
					17) ¿Considera Ud. que la Planificación de los costos posibilita la obtención de una buena rentabilidad económica y financiera?
				Resultado del Ejercicio	18) ¿Cree Ud. que el fomento de una cultura de ahorro mejora el Resultado del Ejercicio?
				Baja producción	19) En su opinión ¿la adecuada planificación de los costos corrige la baja producción en la empresa?
			Margen de utilidad	20) Según su criterio ¿la reducción de gastos generales mejora el margen de utilidad?	

3.4 Participantes: Criterios de Inclusión y de Exclusión

3.4.1 Criterios de Inclusión

1. Trabajadores de la empresa
2. Gerencia General
3. Trabajadores del Área administrativa
4. Trabajadores del Área de Contabilidad

3.4.2. Criterios de Exclusión

1. Personal no permanente
2. Personal no comprometido en el tema en estudio.
3. Colaboradores de limpieza y mantenimiento

3.5 Instrumentos de Investigación

En la presente investigación se utilizó instrumentos cuantitativos, porque se recopiló información confiable basada en procedimientos estadísticos, apoyándose en técnicas como el cuestionario y la Guía de Entrevista.

1. El Cuestionario.

Es el instrumento que se utiliza para recolectar datos de varias personas cuyas opiniones impersonales interesan a la investigación. Para ello, se utiliza un listado de preguntas escritas que se entregan a la muestra elegida, a fin de que las contesten igualmente por escrito.

2. **La Guía de Entrevista.-** Este instrumento se aplicó a las autoridades y expertos con un interrogatorio cuyas preguntas se realizan sobre la base de un formulario previamente preparado.

3.5.1 Validación del instrumento

Se adoptó el método de Juicio de Expertos para lo cual la Universidad Peruana de Ciencias e Informática designó a 3 docentes expertos, quienes revisaron y aprobaron el instrumento: CPC Fermín Escalaya Velarde, Mg Eric Escalante Cano e Ing. Rubén Hermoza Ochante,

3.5.2 Confiabilidad del instrumento

De acuerdo con lo definido por Hernández Sampieri y otros, la confiabilidad es el grado en que un instrumento obtiene resultados de consistencia, coherencia. Para calcular la confiabilidad del instrumento se utilizó el método de Alfa de Cronbach. Este procedimiento se realizó mediante el Paquete Estadístico SPSS v. 23.

Cabe destacar que la fluctuación del coeficiente de Alfa de Cronbach es entre 0 y 1. Un resultado de 1 se interpreta que existe consistencia ideal de los ítems para expresar la variable en análisis.

Después de la validación de los instrumentos, medimos el grado de confiabilidad ingresando los datos al SPSS.

Tabla N° 4 Análisis de Confiabilidad del Instrumento

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,846	20

Estadísticas de total de elemento

	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
P1) ¿Considera Ud. que la gestión de costos de servicios impacta favorablemente en la rentabilidad en la empresa?	,843
P2) ¿Cree Ud. que la planificación de los costos tiene repercusión importante en la rentabilidad en la empresa?	,856
P3) Según su criterio ¿el estimado de costos tiene incidencia en la rentabilidad en la empresa?	,860
P4) ¿El cronograma de ejecución de los costos tiene repercusión favorable en la rentabilidad?	,820
P5) ¿Considera Ud. que la aplicación de una acertada estrategia de costos mejora la rentabilidad en la empresa?	,834
P6) ¿Cree Ud. que la adopción de la estrategia de liderazgo global en costos tiene incidencia directa en la rentabilidad en la empresa?	,838
P7) Según su criterio ¿la diferenciación de los costos favorece el mejoramiento de la rentabilidad?	,842
P8) ¿Cree Ud. que un eficiente control de costos permite el incremento de la rentabilidad en la empresa?	,826
P9) ¿Considera Ud. que la reducción de gastos generales favorece la obtención de rentabilidad?	,842
P10) ¿El fomento de un ambiente de ahorro causa impacto positivo en la rentabilidad?	,835
P11) ¿Considera Ud. que la correcta Planificación de los costos permite preservar los recursos financieros de la empresa?	,822

P12) ¿Cree Ud. que un eficiente Cronograma de Ejecución de los gastos dosifica el endeudamiento con terceros?	,844
P13) Según su opinión ¿una adecuada reducción de gastos generales permite mantener en términos razonables el capital de trabajo?	,851
P14) De acuerdo con su criterio ¿un adecuado estimado de costos permite determinar el costo - beneficio?	,850
P15) ¿La utilización de eficaces estrategias de costos posibilita la minimización de los costos en la empresa?	,831
P16) ¿Cree Ud. que la utilización de la estrategia de diferenciación de costos determina la obtención de la utilidad proyectada?	,835
P17) ¿Considera Ud. que la Planificación de los costos posibilita la obtención de una buena rentabilidad económica y financiera?	,843
P18) ¿Cree Ud. que el fomento de una cultura de ahorro mejora el Resultado del Ejercicio?	,842
P19) En su opinión ¿la adecuada planificación de los costos corrige la baja producción en la empresa?	,823
P20) Según su criterio ¿la reducción de gastos generales mejora el margen de utilidad?	,844

Fuente: Análisis de la Base de Datos de la Encuesta, 2017

3.6 Procedimientos

La presente tesis se elaboró teniendo en cuenta las siguientes acciones:

1. Determinación de la realidad problemática identificando, delimitando y formulado el problema de investigación; asimismo se formuló los objetivos de investigación y la justificación ésta.
2. Construcción del marco teórico en base a los antecedentes y teorías que se halló en la revisión, consulta y análisis de la literatura correspondiente al tema a investigado.
3. En esta parte del procedimiento de investigación se realizó el planteamiento e identificación de las variables para su definición y el planteamiento de la hipótesis general e hipótesis específicas de la investigación.
4. Siguiendo la metodología de la investigación, se realizó la determinación del enfoque, tipo, nivel y diseño de la investigación.
5. Establecimiento de la población, de la cual se extrajo la muestra y se procedió a la recolección de datos utilizando las técnicas e instrumentos que fueron validados mediante juicio de expertos.
6. Selección de las pruebas estadísticas y los datos fueron analizados mediante el software Estadístico SPSS Versión 23, que otorgó la confiabilidad y la correlación de las hipótesis.

7. Elaboración del reporte de los resultados obtenidos, utilizando tablas y gráficos.
8. Análisis y discusión de los resultados presentados contrastándolos con los antecedentes y bases teóricas del marco teórico.
9. Elaboración de Conclusiones y Recomendaciones en base a la interpretación de los resultados obtenidos, los cuales permitieron emitirlos.
10. Redacción de Informe consignando todas las fases del trabajo de investigación, de acuerdo con la estructura dispuesta por la Universidad, teniendo en cuenta los borradores antes realizados para su aprobación por parte del asesor.

3.7 Aspectos Éticos

La presente tesis se elaboró poniendo especial énfasis en los principios éticos fundamentales considerados en la ética empresarial y la ética del contador público:

3.7.1 En la toma de decisiones

En cada etapa del proceso de investigación se aseguró tanto la calidad de la investigación, como la seguridad y bienestar de las personas y grupos involucrados en la misma y al cumplimiento de la normativa y aspectos legales y éticos pertinentes.

3.7.2 En la explotación de investigaciones anteriores

Se respetó el derecho de autor mencionando los créditos correspondientes a los autores consultados, colocando la debida referencia bibliográfica, ya que de no hacerlo, se considerará plagio, prohibido por ser una violación a los derechos de autor y a la propiedad intelectual de terceros.

3.7.3 En el estudio del caso

El estudio se llevó a cabo, previa aprobación del gerente de la empresa DHZ BACKLINE E.I.R.L., existiendo autorización previa en el manejo de los datos y responsabilidades en la entrega de resultados oportunos.

3.7.4 En la recolección de datos

Se aseguró la participación voluntaria de los encuestados y entrevistados en los horarios establecidos por los mismos.

3.7.5 En la confidencialidad de los datos

Se garantizó la estricta confidencialidad de los datos que suministren los participantes, la comunicación de los resultados y la utilización de los datos estrictamente para fines académicos.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1 Presentación de los resultados

Para evaluar las variables de la investigación se procedió a elaborar un instrumento de recolección de datos conformado por 20 preguntas, para recoger información referente a los indicadores de cada variable. En referencia a la gestión de costos de servicio se planteó 10 preguntas para determinar la percepción de los colaboradores sobre los indicadores de la variable en estudio, en cuanto a la rentabilidad se planteó 10 preguntas para recolectar la información.

Los ítems o preguntas del cuestionario fueron diseñadas utilizando la matriz de conceptualización y operacionalización de variables, teniendo en cuenta los principales indicadores de cada variable, las preguntas del cuestionario fueron del tipo cerradas, que le permiten al encuestado evaluar en la escala de 1 a 5 la percepción sobre los diferentes ítems de cada variable, teniendo como la escala de codificación con las siguientes alternativas:

Tabla N° 5 Escala de valoración utilizada en la encuesta

1	2	3	4	5
Totalmente en Desacuerdo	En Desacuerdo	Indiferente	De Acuerdo	Totalmente de Acuerdo

Fuente: Elaboración Propia, 2017.

La técnica de recolección de datos utilizada fue la encuesta, del tipo auto administrada, en el cual los encuestados recibieron las encuestas y procedieron a marcar sus respuestas de acuerdo a su percepción.

Para poder presentar los resultados de la totalidad de encuestas en tablas y gráficas estadísticas fue necesario realizar la generación de la base de datos en el paquete estadístico para ciencias sociales SPSS en la versión 23, sobre la cual se realizó el análisis estadístico descriptivo enfocado en todos los ítems del cuestionario que se presenta a continuación:

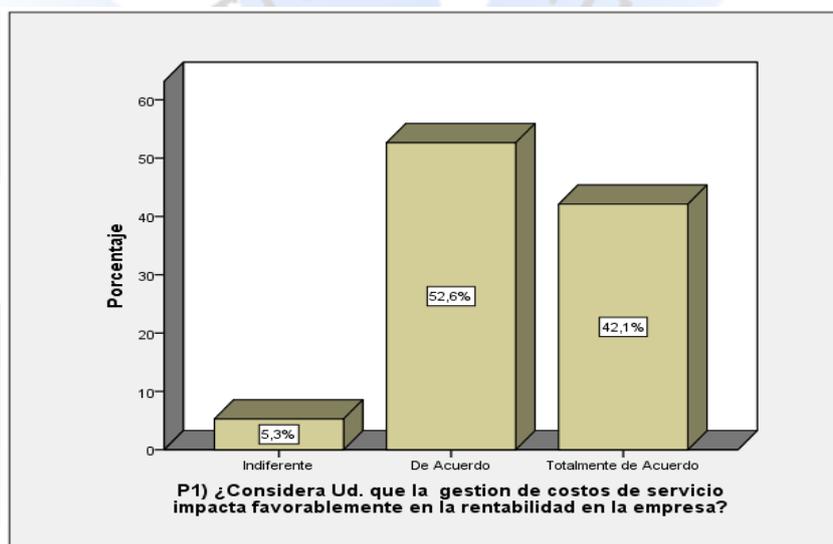
4.1.1 Resultados cuantitativos de gestión de costos de servicio

Tabla N° 6 Resultado tabular de la pregunta 1

P1) ¿Considera Ud. que la gestión de costos de servicio impacta favorablemente en la rentabilidad en la empresa?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Indiferente	1	5,3	5,3	5,3
	De Acuerdo	10	52,6	52,6	57,9
	Totalmente de Acuerdo	8	42,1	42,1	100,0
	Total	19	100,0	100,0	

Fuente: Aplicación SPSS versión 23

Figura N° 4 Resultado gráfico de la pregunta 1



Fuente: Aplicación SPSS versión 23

Interpretación:

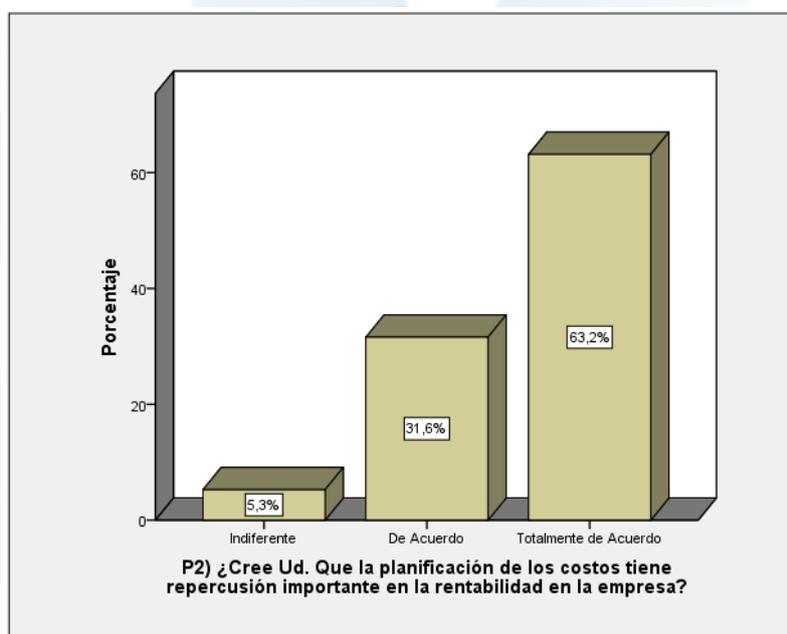
Este resultado es favorable debido a que el 42.1% de los encuestados está totalmente de acuerdo y el 52.6% manifiesta estar de acuerdo en que la gestión de costos de servicio impacta favorablemente en la rentabilidad en la empresa DHZ BACKLINE E.I.R.L, en razón de que la gestión de costos constituye el sistema de información que determina, registra, acumula, controla, analiza direccional, interpreta e informa todo lo relacionado con los costos de producción, venta, administración y financiamiento en la empresa.

Tabla N° 7 Resultado tabular de la pregunta 2

P2) ¿Cree Ud. Que la planificación de los costos tiene repercusión importante en la rentabilidad en la empresa?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Indiferente	1	5,3	5,3	5,3
	De Acuerdo	6	31,6	31,6	36,8
	Totalmente de Acuerdo	12	63,2	63,2	100,0
	Total	19	100,0	100,0	

Fuente: Aplicación SPSS versión 23

Figura N° 5 Resultado gráfico de la pregunta 2



Fuente: Aplicación SPSS versión 23

Interpretación:

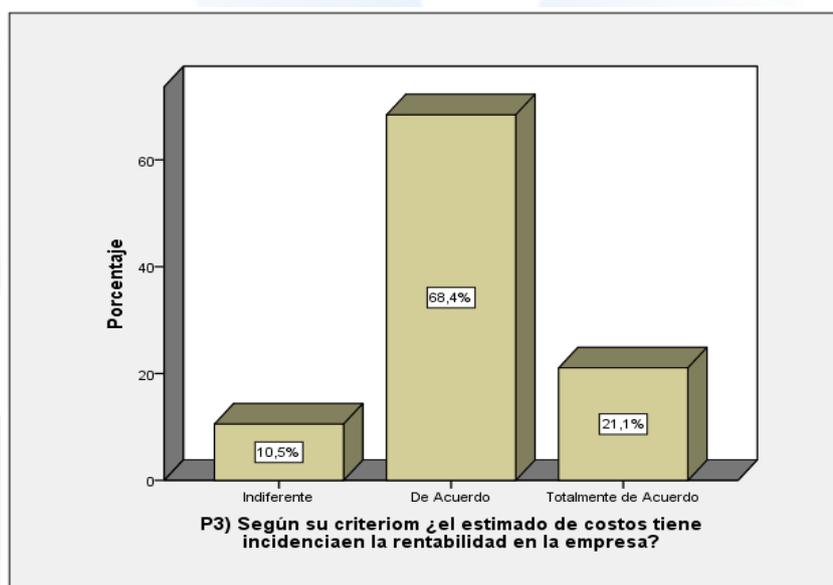
Este resultado es favorable por cuanto el 63.2% de los encuestados está totalmente de acuerdo y el 31.6% manifiesta estar de acuerdo en que la planificación de los costos tiene repercusión importante en la rentabilidad en la empresa, en razón de que la planificación como técnica reúne los métodos, instrumentos y objetivos para establecer los pronósticos y las metas económicas y financieras de la empresa, tomando en consideración los medios con que cuenta y los que se necesitan para lograrlo; es decir, se trata de un proceso que decide qué riesgo afrontar y cuales resultan innecesarios.

Tabla N° 8 Resultado tabular de la pregunta 3

P3) Según su criterio ¿el estimado de costos tiene incidencia en la rentabilidad en la empresa?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Indiferente	2	10,5	10,5	10,5
	De Acuerdo	13	68,4	68,4	78,9
	Totalmente de Acuerdo	4	21,1	21,1	100,0
	Total	19	100,0	100,0	

Fuente: Aplicación SPSS versión 23

Figura N° 6 Resultado gráfico de la pregunta 3



Fuente: Aplicación SPSS versión 23

Interpretación:

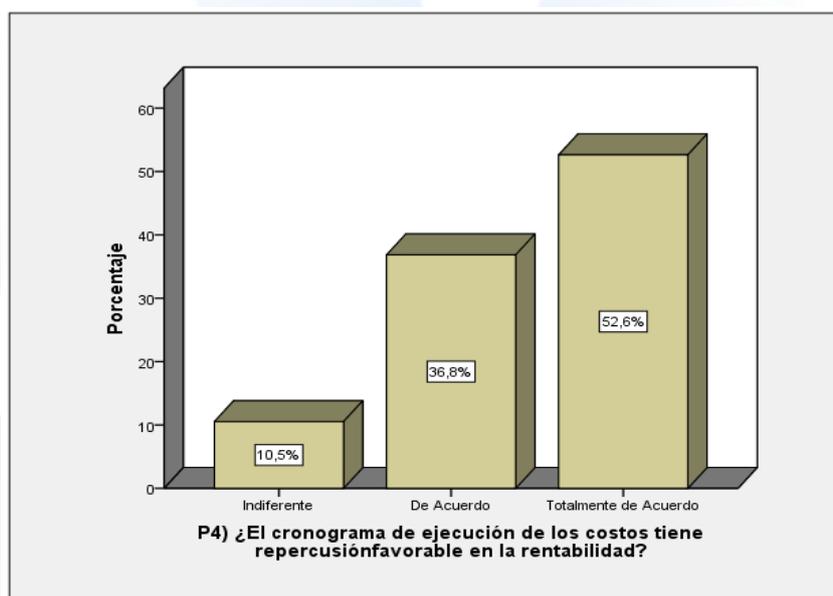
El resultado obtenido es beneficioso, por cuanto el 21.1% de los encuestados está totalmente de acuerdo y el 68.4% manifiesta estar de acuerdo en que el estimado de costos incide en la rentabilidad en la empresa; en razón de que permite proyectar los costos teniendo en consideración los datos históricos con los que cuenta la empresa, a fin de planificar la rentabilidad que se desea obtener.

Tabla N° 9 Resultado tabular de la pregunta 4

P4) ¿El cronograma de ejecución de los costos tiene repercusión favorable en la rentabilidad?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Indiferente	2	10,5	10,5	10,5
	De Acuerdo	7	36,8	36,8	47,4
	Totalmente de Acuerdo	10	52,6	52,6	100,0
	Total	19	100,0	100,0	

Fuente: Aplicación SPSS versión 23

Figura N° 7 Resultado gráfico de la pregunta 4



Fuente: Aplicación SPSS versión 23

Interpretación:

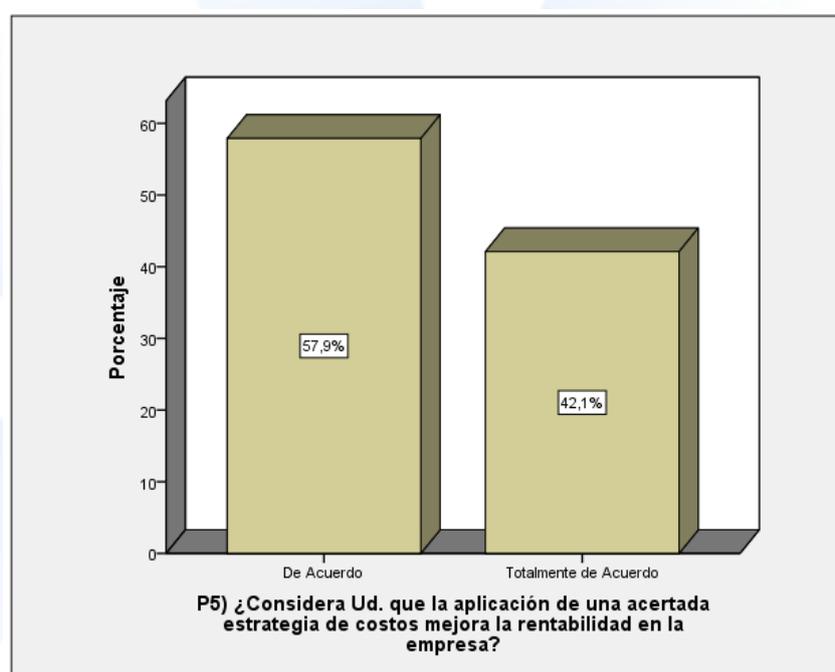
Este resultado es favorable debido a que el 52.6% de los encuestados está totalmente de acuerdo y el 36.8% manifiesta estar de acuerdo en que el cronograma de ejecución de los costos tiene repercusión favorable en la rentabilidad; en razón de que un cronograma de actividades se constituye en una hoja de ruta en la que se disponen de varias actividades que se deben realizar en el transcurso del tiempo, otorgándoles a cada una un lapso para su ejecución. Se trata de una especie de calendario y/u horario en el que se organizan las actividades que se deban llevar a cabo.

Figura N° 8 Resultado tabular de la pregunta 5

P5) ¿Considera Ud. que la aplicación de una acertada estrategia de costos mejora la rentabilidad en la empresa?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De Acuerdo	11	57,9	57,9	57,9
	Totalmente de Acuerdo	8	42,1	42,1	100,0
	Total	19	100,0	100,0	

Fuente: Aplicación SPSS versión 23

Figura N° 9 Resultado gráfico de la pregunta 5



Fuente: Aplicación SPSS versión 23

Interpretación:

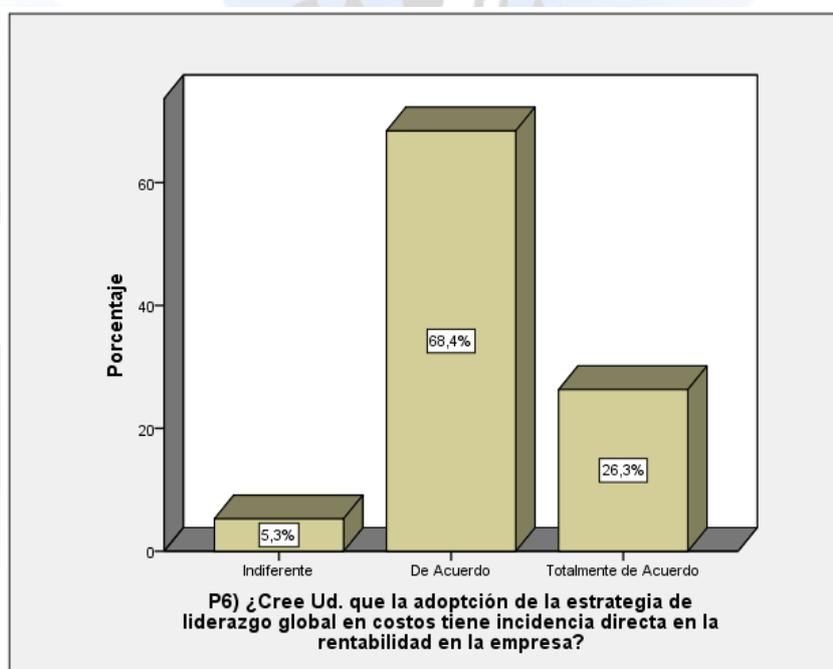
Este resultado es beneficioso por cuanto el 42.1% de los encuestados está totalmente de acuerdo y el 57.9% manifiesta estar de acuerdo en que la aplicación de una acertada estrategia de costos mejora la rentabilidad en la empresa; en razón de que las estrategias provisionan y analizan la información financiera relacionada con el mercado de productos de la empresa, la estructura de costos, los costos de los competidores, el monitoreo de las estrategias de la empresa y la de sus competidores en un número determinado de periodos, con la finalidad de lograr los mejores resultados.

Tabla Nª 10 Resultado tabular de la pregunta 6

P6) ¿Cree Ud. que la adopción de la estrategia de liderazgo global en costos tiene incidencia directa en la rentabilidad en la empresa?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Indiferente	1	5,3	5,3	5,3
	De Acuerdo	13	68,4	68,4	73,7
	Totalmente de Acuerdo	5	26,3	26,3	100,0
	Total	19	100,0	100,0	

Fuente: Aplicación SPSS versión 23

Figura N° 10 Resultado gráfico de la pregunta 6



Fuente: Aplicación SPSS versión 23

Interpretación:

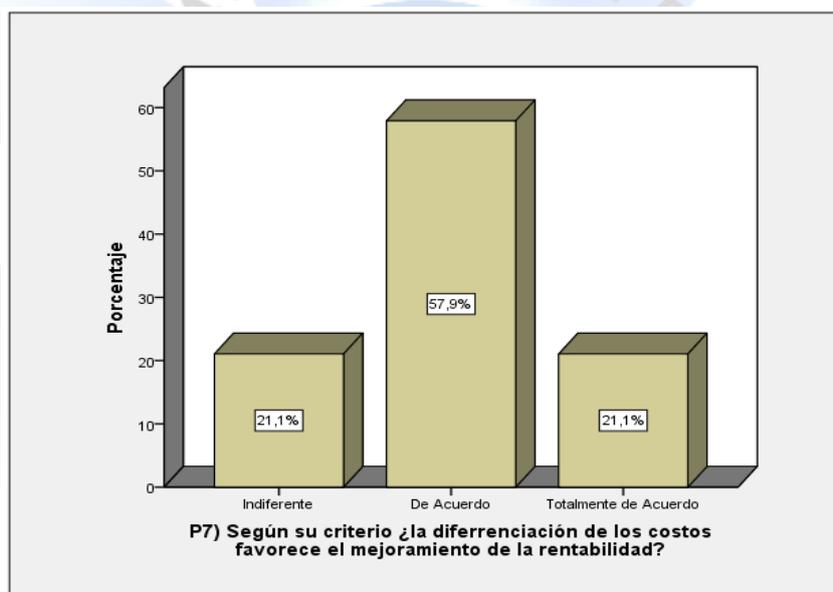
El 26.3% de los encuestados está totalmente de acuerdo y el 68.4% manifiesta estar de acuerdo en que la adopción de la estrategia de liderazgo global en costos tiene incidencia directa en la rentabilidad en la empresa; en razón de que con su aplicación, la empresa logra la capacidad de reducir costos en todos los estamentos de su cadena de valor, a tal punto que la disminución de gastos repercute en la satisfacción del cliente al ofrecerle un mejor precio y, consecuentemente en una mayor participación en el mercado.

Tabla N° 11 Resultado tabular de la pregunta 7

P7) Según su criterio ¿la diferenciación de los costos favorece el mejoramiento de la rentabilidad?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Indiferente	4	21,1	21,1	21,1
	De Acuerdo	11	57,9	57,9	78,9
	Totalmente de Acuerdo	4	21,1	21,1	100,0
	Total	19	100,0	100,0	

Fuente: Aplicación SPSS versión 23

Figura N° 11 Resultado gráfico de la pregunta 7



Fuente: Aplicación SPSS versión 23

Interpretación:

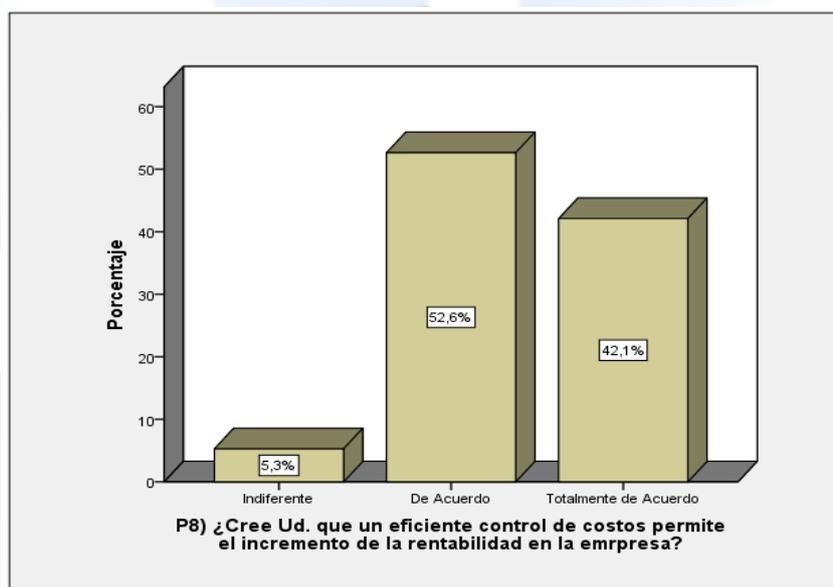
El 21.1% de la muestra está totalmente de acuerdo y el 57.9% manifiesta estar de acuerdo en que la diferenciación de los costos favorece el mejoramiento de la rentabilidad, en razón de que por esta estrategia, la empresa produce servicios/productos exclusivos que son así aceptados por los consumidores y están dispuestos a pagar un mayor precio por tenerlos; por ello es necesario planificar los costos con la adecuada diferenciación para obtener mejores resultados.

Tabla Nª 12 Resultado tabular de la pregunta 8

P8) ¿Cree Ud. que un eficiente control de costos permite el incremento de la rentabilidad en la empresa?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Indiferente	1	5,3	5,3	5,3
	De Acuerdo	10	52,6	52,6	57,9
	Totalmente de Acuerdo	8	42,1	42,1	100,0
	Total	19	100,0	100,0	

Fuente: Aplicación SPSS versión 23

Figura N° 12 Resultado gráfico de la pregunta 8



Fuente: Aplicación SPSS versión 23

Interpretación:

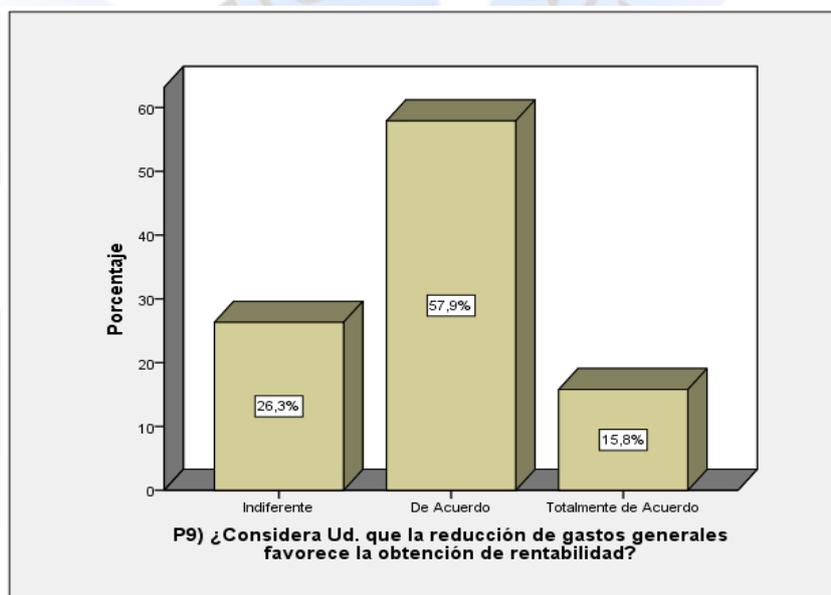
Este resultado es favorable, por cuanto el 42.1% de los encuestados está totalmente de acuerdo y el 52.6% manifiesta estar de acuerdo en que un eficiente control de costos permite el incremento de la rentabilidad en la empresa: en razón de que, por la importancia que reviste, la gerencia no debe perder de vista el control de sus precios, dado que éstos son determinados por el mercado, y que depende de la adecuación eficiente de los costos para mantener un margen de utilidad que le permita sobrevivir en el tiempo y cumplir sus objetivos.

Tabla N° 13 Resultado tabular de la pregunta 9

P9) ¿Considera Ud. que la reducción de gastos generales favorece la obtención de rentabilidad?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Indiferente	5	26,3	26,3	26,3
	De Acuerdo	11	57,9	57,9	84,2
	Totalmente de Acuerdo	3	15,8	15,8	100,0
	Total	19	100,0	100,0	

Fuente: Aplicación SPSS versión 23

Figura N° 13 Resultado gráfico de la pregunta 9



Fuente: Aplicación SPSS versión 23

Interpretación:

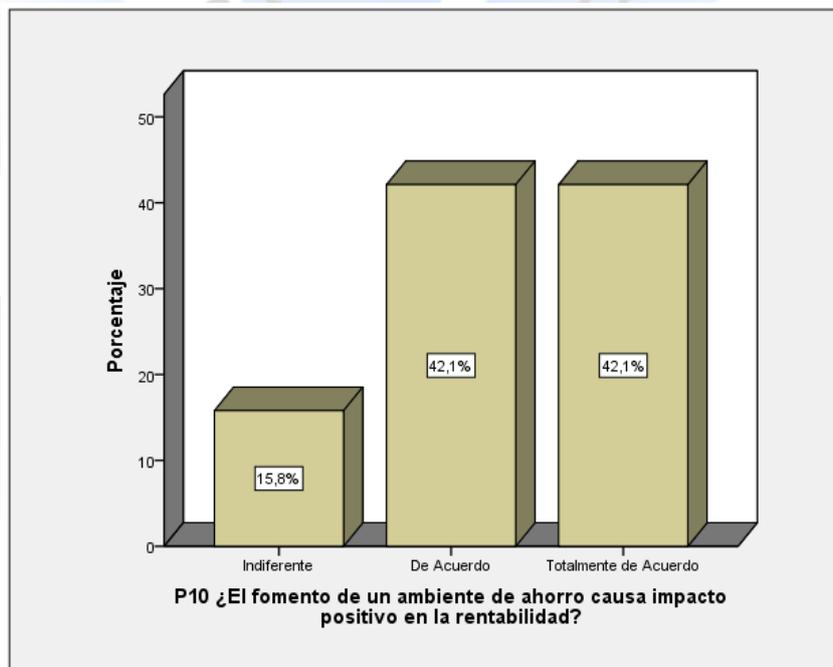
La muestra en un 15.8% está totalmente de acuerdo y el 57.9% manifiesta estar de acuerdo en que la reducción de gastos generales favorece la obtención de rentabilidad; en razón de que aunque la reducción de gastos es materia de arduo trabajo en la empresa; para cumplir con este objetivo, se realiza un adecuado análisis sobre los gastos generales que históricamente se tienen registrados.

Tabla N^a 14 Resultado tabular de la pregunta 10

P10 ¿El fomento de un ambiente de ahorro causa impacto positivo en la rentabilidad?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Indiferente	3	15,8	15,8	15,8
	De Acuerdo	8	42,1	42,1	57,9
	Totalmente de Acuerdo	8	42,1	42,1	100,0
	Total	19	100,0	100,0	

Fuente: Aplicación SPSS versión 23

Figura N^o 14. Resultado gráfico de la pregunta 10



Fuente: Aplicación SPSS versión 23

Interpretación:

El resultado obtenido es favorable por cuanto el 42.1% de la muestra está totalmente de acuerdo y el 42.1% manifiesta estar de acuerdo en que el fomento de un ambiente de ahorro causa impacto positivo en la rentabilidad, en razón de que una cultura de ahorro en la empresa, genera en el mediano plazo un ambiente positivo por parte de todo el personal gerencial y no gerencial sobre el ambiente de ahorro en todas sus decisiones y acciones.

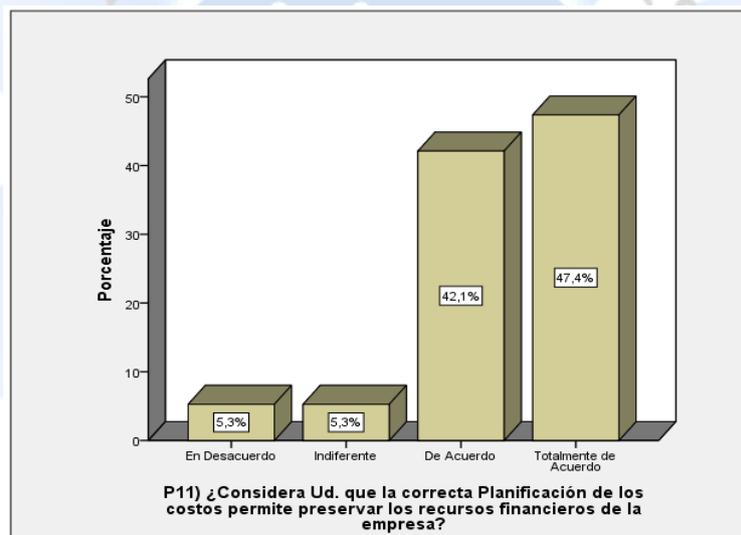
4.1.2 Resultados cuantitativos de rentabilidad

Tabla N° 15. Resultado tabular de la pregunta 11

P11) ¿Considera Ud. que la correcta planificación de los costos permite preservar los recursos financieros de la empresa?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En Desacuerdo	1	5,3	5,3	5,3
	Indiferente	1	5,3	5,3	10,5
	De Acuerdo	8	42,1	42,1	52,6
	Totalmente de Acuerdo	9	47,4	47,4	100,0
	Total	19	100,0	100,0	

Fuente: Aplicación SPSS versión 23

Figura N° 15. Resultado gráfico de la pregunta 11



Fuente: Aplicación SPSS versión 23

Interpretación:

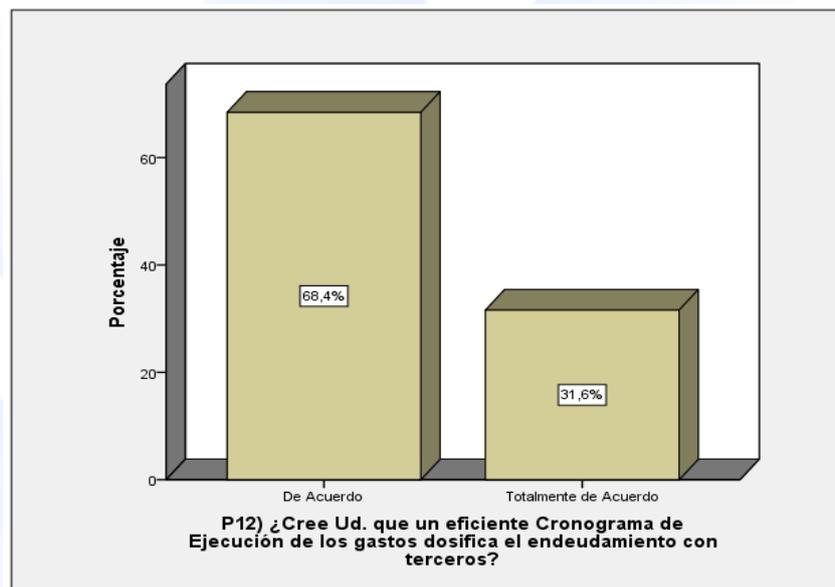
La muestra en un 47.4% está totalmente de acuerdo y el 42.1% manifiesta estar de acuerdo en que la correcta planificación de los costos permite preservar los recursos financieros de la empresa; en razón de que la empresa necesita adoptar herramientas de gestión con una planificación bien definida y un control absoluto sobre los ingresos y gastos, para obtener resultados beneficiosos.

Tabla Nª 16. Resultado tabular de la pregunta 12

P12) ¿Cree Ud. que un eficiente Cronograma de Ejecución de los gastos dosifica el endeudamiento con terceros?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De Acuerdo	13	68,4	68,4	68,4
	Totalmente de Acuerdo	6	31,6	31,6	100,0
	Total	19	100,0	100,0	

Fuente: Aplicación SPSS versión 23

Figura Nª 16. Resultado gráfico de la pregunta 12



Fuente: Aplicación SPSS versión 23

Interpretación

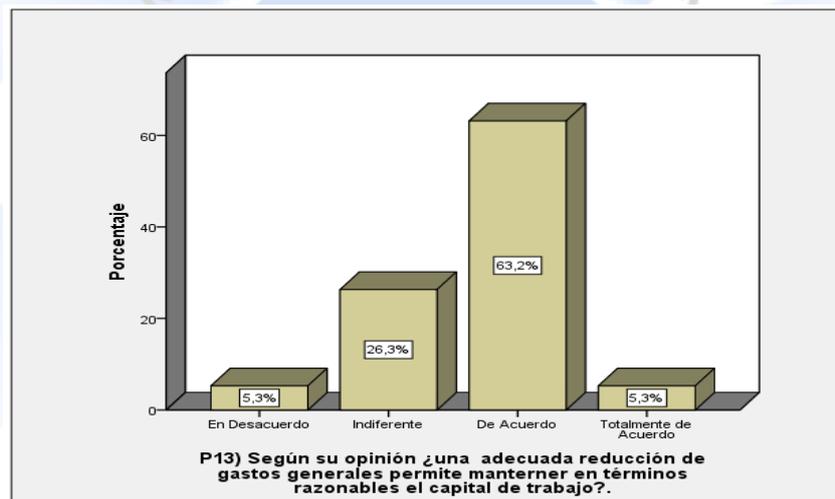
El 31.6% de la muestra está totalmente de acuerdo y el 68.4% manifiesta estar de acuerdo en que un eficiente cronograma de ejecución de los gastos dosifica el endeudamiento con terceros; en razón de que, dependiendo de los objetivos financieros a corto y largo plazo, el financiamiento a través del endeudamiento es la mejor opción cuando se prefiere mantener el control de todo el funcionamiento empresarial, y es indiferente la compensación que podría suponer el correr un mayor riesgo para obtener un mayor potencial de ingresos; sin embargo, si lo que se prefiere es compartir el riesgo, reducir las obligaciones del endeudamiento e incorporar expertos de categoría, entonces lo mejor es invitar a inversores de capital.

Tabla Nª 17. Resultado tabular de la pregunta 13

P13) Según su opinión ¿una adecuada reducción de gastos generales permite mantener en términos razonables el capital de trabajo?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En Desacuerdo	1	5,3	5,3	5,3
	Indiferente	5	26,3	26,3	31,6
	De Acuerdo	12	63,2	63,2	94,7
	Totalmente de Acuerdo	1	5,3	5,3	100,0
	Total	19	100,0	100,0	

Fuente: Aplicación SPSS versión 23

Figura N° 17. Resultado gráfico de la pregunta 13



Fuente: Aplicación SPSS versión 23

Interpretación:

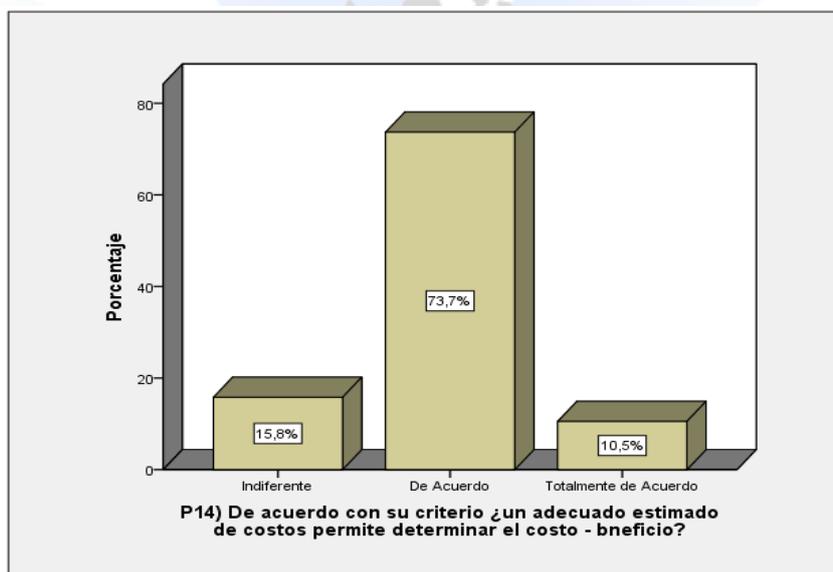
La muestra en un 5.3% está totalmente de acuerdo y el 63.2% manifiesta estar de acuerdo en que una adecuada reducción de gastos generales permite mantener en términos razonables el capital de trabajo; en razón de que el objetivo primordial de la administración del capital de trabajo es manejar cada uno de los activos y pasivos circulantes de la empresa, minimizando los gastos de tal manera que se logre mantenerlo en un nivel aceptable, ya que el capital de trabajo es el que mide en gran parte el nivel de solvencia y asegura un margen de seguridad razonable para las expectativas de la empresa.

Tabla Nª 18 Resultado tabular de la pregunta 14

P14) De acuerdo con su criterio ¿un adecuado estimado de costos permite determinar el costo - beneficio?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Indiferente	3	15,8	15,8	15,8
	De Acuerdo	14	73,7	73,7	89,5
	Totalmente de Acuerdo	2	10,5	10,5	100,0
	Total	19	100,0	100,0	

Fuente: Aplicación SPSS versión 23

Figura N° 18. Resultado gráfico de la pregunta 14



Fuente: Aplicación SPSS versión 23

Interpretación:

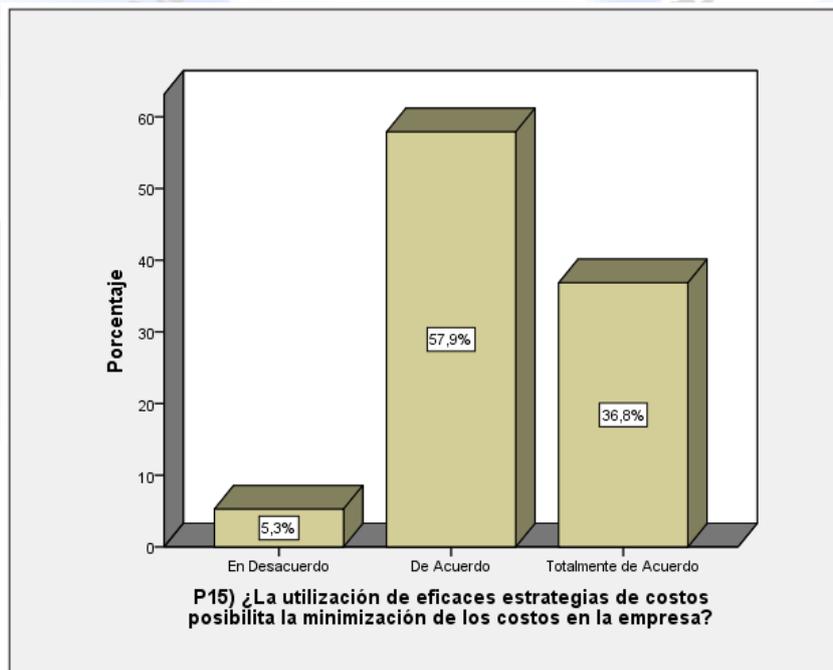
La aplicación de la encuesta dio como resultado que el 10.5% de la muestra está totalmente de acuerdo y el 73.7% manifiesta estar de acuerdo en que la adecuada estimación de costos permite determinar el costo – beneficio; en razón de que, su utilización es importante cuando se necesita tomar decisiones financieras y no está limitado solamente a teorías, algún campo en particular, o proyecto privado o público, logrando la generación de resultados positivos.

Tabla N° 19. Resultado tabular de la pregunta 15

P15) ¿La utilización de eficaces estrategias de costos posibilita la minimización de los costos en la empresa?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En Desacuerdo	1	5,3	5,3	5,3
	De Acuerdo	11	57,9	57,9	63,2
	Totalmente de Acuerdo	7	36,8	36,8	100,0
	Total	19	100,0	100,0	

Fuente: Aplicación SPSS versión 23

Figura N° 19. Resultado gráfico de la pregunta 15



Fuente: Aplicación SPSS versión 23

Interpretación:

El 36.8% de la muestra está totalmente de acuerdo y el 57.9% manifiesta estar de acuerdo en que la utilización de eficaces estrategias de costos posibilita la minimización de los costos en la empresa; en razón de que es un proceso permanente que siempre busca mejorar la rentabilidad de la empresa y, en consecuencia, la productividad; es decir, trata de "hacer

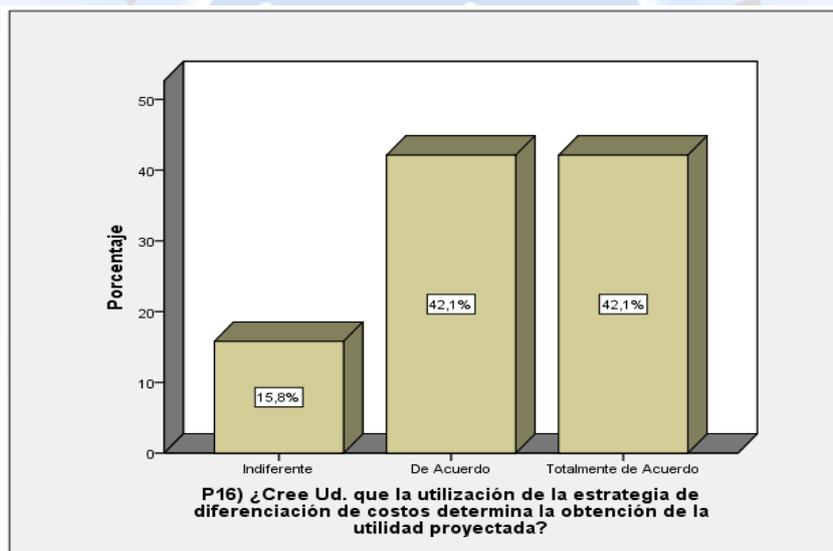
más con menos", que es producir más con lo que se tiene o producir lo mismo con menores gastos.

Tabla N° 20. Resultado tabular de la pregunta 16

P16) ¿Cree Ud. que la utilización de la estrategia de diferenciación de costos determina la obtención de la utilidad proyectada?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Indiferente	3	15,8	15,8	15,8
	De Acuerdo	8	42,1	42,1	57,9
	Totalmente de Acuerdo	8	42,1	42,1	100,0
	Total	19	100,0	100,0	

Fuente: Aplicación SPSS versión 23

Figura N° 20. Resultado gráfico de la pregunta 16



Fuente: Aplicación SPSS versión 23

Interpretación:

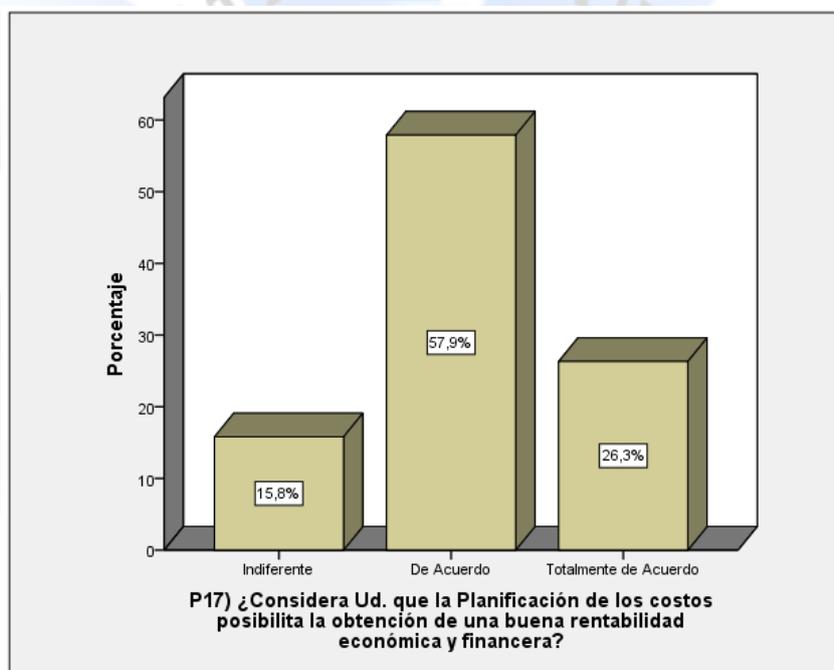
La muestra elegida, en un 42.1% está totalmente de acuerdo y el 42.1% manifiesta estar de acuerdo en que mediante la utilización de la estrategia de diferenciación de costos se obtiene la utilidad proyectada; en razón de que mediante esta estrategia, la empresa ofrece algo único, inigualado por la competencia y se determina el volumen mínimo de ventas que debe realizar para establecer un punto de equilibrio; es decir, no perder, ni ganar.

Tabla N° 21. Resultado tabular de la pregunta 17

P17) ¿Considera Ud. que la Planificación de los costos posibilita la obtención de una buena rentabilidad económica y financiera?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Indiferente	3	15,8	15,8	15,8
	De Acuerdo	11	57,9	57,9	73,7
	Totalmente de Acuerdo	5	26,3	26,3	100,0
	Total	19	100,0	100,0	

Fuente: Aplicación SPSS versión 23

Figura N° 21. Resultado gráfico de la pregunta 17



Fuente: Aplicación SPSS versión 23

Interpretación:

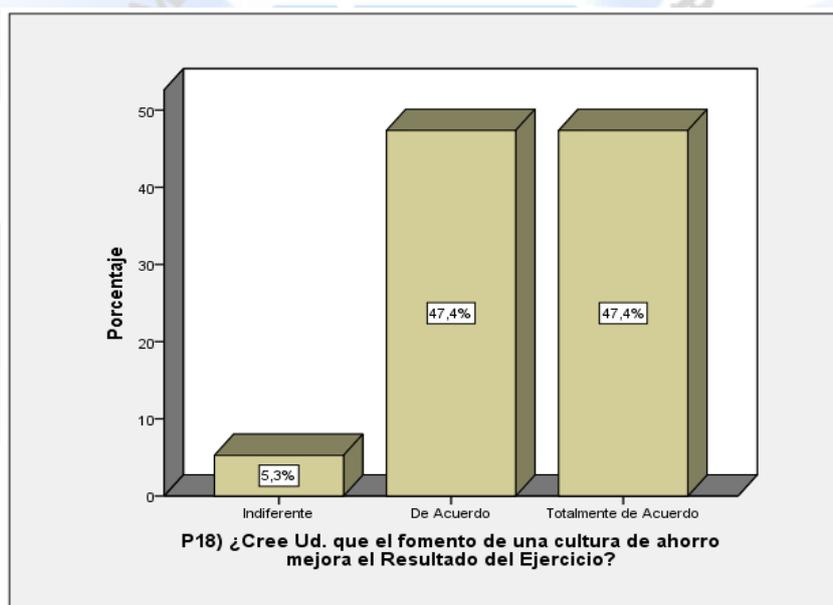
El 26.3% de la muestra está totalmente de acuerdo y el 57.9% manifiesta estar de acuerdo en que la planificación de los costos posibilita la obtención de una buena rentabilidad económica y financiera; en razón de que el conocimiento anticipado del comportamiento de los costos permite a la empresa la consecución de uno de los objetivos que se traza para conocer el rendimiento de lo invertido al realizar sus de actividades en un determinado lapso; es decir la rentabilidad, , como resultado de las decisiones tomadas por la gerencia.

Tabla N° 22. Resultado tabular de la pregunta 18

P18) ¿Cree Ud. que el fomento de una cultura de ahorro mejora el Resultado del Ejercicio?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Indiferente	1	5,3	5,3	5,3
	De Acuerdo	9	47,4	47,4	52,6
	Totalmente de Acuerdo	9	47,4	47,4	100,0
	Total	19	100,0	100,0	

Fuente: Aplicación SPSS versión 23

Figura N° 22. Resultado gráfico de la pregunta 18



Fuente: Aplicación SPSS versión 23

Interpretación:

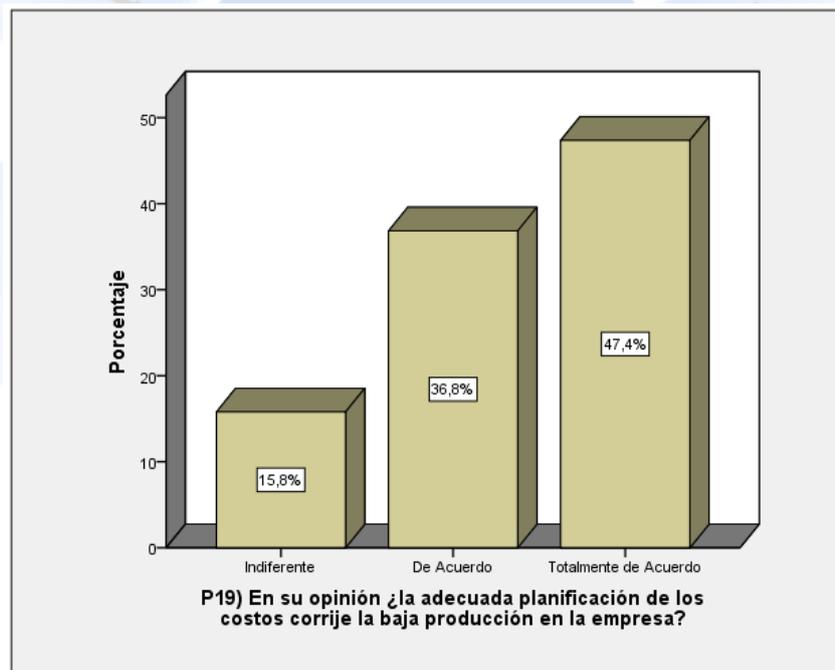
El resultado obtenido indica que el 47.4% de la muestra está totalmente de acuerdo y el 47.4% manifiesta estar de acuerdo en que el fomento de una cultura de ahorro mejora el resultado del ejercicio, en razón de que los funcionarios al fomentar la cultura del ahorro en todos los niveles de la empresa y por lo tanto la disminución de los gastos, al final del ejercicio se obtendrá un resultado favorable sobre el total de ingresos menos los gastos realizados.

Tabla N° 23. Resultado tabular de la pregunta 19

P19) En su opinión ¿la adecuada planificación de los costos corrige la baja producción en la empresa?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Indiferente	3	15,8	15,8	15,8
	De Acuerdo	7	36,8	36,8	52,6
	Totalmente de Acuerdo	9	47,4	47,4	100,0
	Total	19	100,0	100,0	

Fuente: Aplicación SPSS versión 23

Figura N° 23. Resultado gráfico de la pregunta 19



Fuente: Aplicación SPSS versión 23

Interpretación

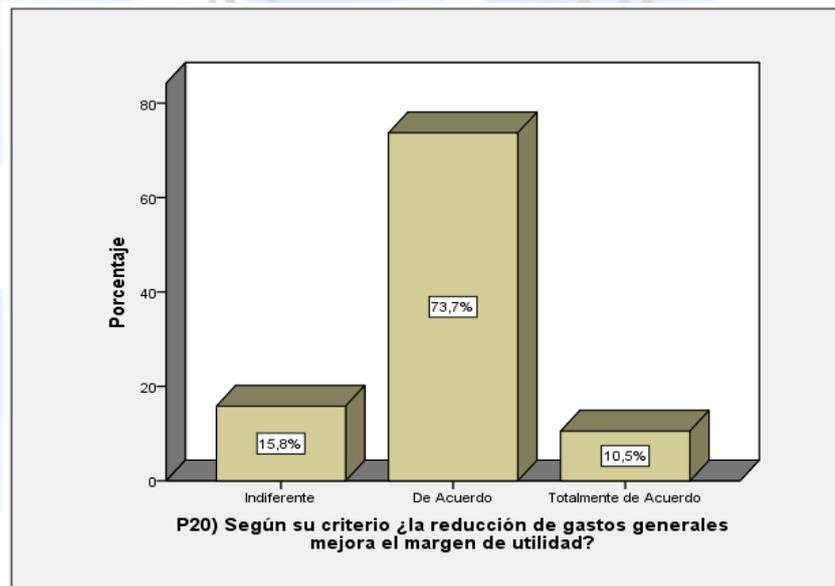
La muestra en un 47.4% está totalmente de acuerdo y el 36.8% indica estar de acuerdo en que la adecuada planificación de los costos corrige la baja producción en la empresa, en razón de que es necesario que los niveles de producción mejoren a raíz de comprender estos resultados generando acciones en la planificación de costos.

Tabla N° 24 Resultado tabular de la pregunta 20

P20) Según su criterio ¿la reducción de gastos generales mejora el margen de utilidad?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Indiferente	3	15,8	15,8	15,8
	De Acuerdo	14	73,7	73,7	89,5
	Totalmente de Acuerdo	2	10,5	10,5	100,0
	Total	19	100,0	100,0	

Fuente: Aplicación SPSS versión 23

Figura N° 24. Resultado gráfico de la pregunta 20



Fuente: Aplicación SPSS versión 23

Interpretación

El 10.5% de la muestra está totalmente de acuerdo y el 73.7% indica estar de acuerdo en que la reducción de gastos generales mejora el margen de utilidad; en razón de que la empresa debe adoptar decisiones prácticas para minimizar sus gastos generales, mediante la eficiencia en las operaciones y actividades empresariales para lograr la optimización de la utilidad.

4.2 Indicadores comunes de las variables vs. actores

Figura N° 25 Cuadro de Indicadores comunes de las variables vs. actores

VARIABLE INDEPENDIENTE				
VARIABLE	INDICADORES	ACTORES		
		GERENCIA	ADMINISTRACIÓN	CONTABILIDAD
LA GESTIÓN DE COSTOS DE SERVICIO	LA PLANIFICACIÓN FINANCIERA	Dicta políticas, toma decisiones y realiza seguimiento	Dispone métodos e instrumentos para establecer los pronósticos y las metas financieras	Proporciona la información para la elaboración de Plan Financiero
	LAS ESTRATEGIAS DE COSTOS	Monitorea y hace seguimiento de cumplimiento	Identifica y dispone las estrategias a seguir para minimizar los costos.	Identifica y dispone las estrategias a seguir para minimizar los costos.
	EL CONTROL DE COSTOS	Dicta políticas, toma decisiones y realiza seguimiento	Asegura que se esté llevando un buen control, de acuerdo con sus funciones	Realiza los registros adecuados proporcionando información confiable para el control efectivo.

VARIABLE DEPENDIENTE				
VARIABLE	INDICADORES	ACTORES		
		GERENCIA	ADMINISTRACIÓN	CONTABILIDAD
LA RENTABILIDAD	RECURSOS FINANCIEROS	Dicta políticas, toma decisiones y hace seguimiento para manejo de recursos	Establece estrategias convenientes para logro de objetivos financieros	Proporciona información contable fidedigna y objetiva sobre manejo de recursos financieros
	COSTO - BENEFICIO	Dicta políticas y toma decisiones acertadas para obtención de costo beneficio favorable.	Revisión y control de la información que permita adopción de decisiones que permitan obtención de beneficios.	Revisión y control de la información que permita adopción de decisiones para cumplimiento de objetivos.
	RENTABILIDAD ECONÓMICA Y FINANCIERA	Dicta políticas, toma decisiones y hace seguimiento para obtener rentabilidad.	Establece estrategias y procedimientos de control para lograr una buena rentabilidad.	Establece estrategias y procedimientos de control para lograr una buena rentabilidad.

Fuente: Elaboración propia

4.3 Contrastación de Hipótesis

Se realizó mediante la prueba del coeficiente de correlación de Pearson, La prueba estadística es adecuada para los datos de la investigación.

4.3.1 Hipótesis general

La Gestión de costos de servicio influye significativamente en la rentabilidad en la empresa DHZ BACKLINE E.I.R.L. 2016

1. Hipótesis estadísticas

a. Hipótesis nula: H_0

No existe influencia directa ni significativa entre la gestión de costo de servicio y la rentabilidad en la empresa DHZ BACKLINE E.I.R.L. 2016

$$H_0: r \leq 0$$

b. Hipótesis de la Investigación: H_1

Existe influencia directa y significativa entre la gestión de costo de servicio y la rentabilidad en la empresa DHZ BACKLINE E.I.R.L. 2016

$$H_i: r > 0$$

Para comprobar esta hipótesis se procedió a solicitar al programa estadístico SPSS Versión 23.0 que correlacionara ambas variables con los siguientes resultados:

Tabla N° 25. Matriz de Correlación de la hipótesis general

		Gestión de costos de servicios	Rentabilidad
Gestión de costos de servicios	Correlación de Pearson	1	,933**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	19	19
Rentabilidad	Correlación de Pearson	,933**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	19	19

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

Fuente: Elaboración propia en función a la base de datos SPSS 2017

La correlación encontrada entre las variables es positiva y significativa (93.3%) con una significancia (<5%). Por tanto, se considera comprobada la influencia de la hipótesis general, que significa que mientras los costos se gestionen en forma eficiente, influirá

significativamente en la rentabilidad en la empresa DHZ BACKLINE E.I.R.L. 2016, se acepta la hipótesis general.

4.3.2 Hipótesis específica 1

La Planificación financiera influye significativamente en la rentabilidad en la empresa DHZ BACKLINE E.I.R.L. 2016.

1. Hipótesis estadísticas

a. Hipótesis nula: H_0

No existe influencia directa ni significativa entre la planificación financiera y la rentabilidad en la empresa DHZ BACKLINE E.I.R.L. 2016

$$H_0: r \leq 0$$

b. Hipótesis alterna: H_1

Existe influencia directa y significativa entre la planificación financiera y la rentabilidad en la empresa DHZ BACKLINE E.I.R.L. 2016

$$H_1: r > 0$$

Para comprobar esta hipótesis se utilizó el programa estadístico SPSS Versión 23.0 que correlacionó ambas variables con los siguientes resultados:

Tabla N^o 26. Matriz de Correlación de la hipótesis específica 1

		Planificación de Costos	Rentabilidad
Planificación de Costos	Correlación de Pearson	1	,682**
	Sig. (bilateral)		,001
	N	19	19
Rentabilidad	Correlación de Pearson	,682**	1
	Sig. (bilateral)	,001	
	N	19	19

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

Fuente: Elaboración propia en función a la base de datos SPSS 2017

La correlación encontrada es positiva y significativa (68.2%) con una significancia (<5%). Por tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis específica 1, lo que significa que la Planificación financiera influye significativamente en la rentabilidad en la empresa DHZ BACKLINE E.I.R.L. 2016.

4.3.3 Hipótesis específica 2

Las estrategias de costos influyen significativamente en la rentabilidad en la empresa DHZ BACKLINE E.I.R.L. 2016

1. Hipótesis estadísticas

a. Hipótesis nula: H_0

No existe influencia directa ni significativa entre las estrategias de costos y la rentabilidad en la empresa DHZ BACKLINE E.I.R.L. 2016

$$H_0: r \leq 0$$

b. Hipótesis alterna: H_1 /Existe influencia directa y significativa entre Las estrategias de costos y la rentabilidad en la empresa DHZ BACKLINE E.I.R.L. 2016

$$H_1: r > 0$$

Para comprobar esta hipótesis se procedió a utilizar el programa estadístico SPSS Versión 23.0 que correlacionara ambas variables con los siguientes resultados:

Tabla N° 27. Matriz de Correlación de la hipótesis específica 2

Correlaciones			
		Estrategias de Costos	Rentabilidad
Estrategias de Costos	Correlación de Pearson	1	,689**
	Sig. (bilateral)		,001
	N	19	19
Rentabilidad	Correlación de Pearson	,689**	1
	Sig. (bilateral)	,001	
	N	19	19

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

Fuente: Elaboración propia en función a la base de datos SPSS 2017

Según este resultado, la correlación encontrada se considera positiva y significativa (68.9%) con una significancia (<5%). Lo cual indica que las estrategias de costos influyen en la rentabilidad en la empresa DHZ BACKLINE E.I.R.L. 2016. Por tanto, se rechaza la hipótesis nula y se comprueba la influencia de la hipótesis específica 2.

4.3.4 Hipótesis específica 3

El control de costos influye significativamente en la rentabilidad en la empresa DHZ BACKLINE E.I.R.L. 2016.

1. Hipótesis estadísticas:

a. Hipótesis nula: H_0

No existe influencia directa ni significativa entre el control de costos y la rentabilidad en la empresa DHZ BACKLINE E.I.R.L. 2016

Ho: $r \leq 0$

b. Hipótesis alterna: H_1

Existe influencia directa y significativa entre el control de costos y la rentabilidad en la empresa

Hi: $r > 0$

Para comprobar esta hipótesis se utilizó el programa estadístico SPSS Versión 22.0 que correlacionó ambas variables con los siguientes resultados:

Tabla N° 28. Matriz de Correlación de la hipótesis específica 3

		Control de Costos	Rentabilidad
Control de Costos	Correlación de Pearson	1	,869**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	19	19
Rentabilidad	Correlación de Pearson	,869**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	19	19

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

Fuente: Elaboración propia en función a la base de datos SPSS 2017

Este resultado indica que la correlación encontrada se considera positiva y significativa (86.9%) con una significancia (<5%). Lo cual indica que existe influencia entre el control de los costos y la rentabilidad en la empresa DHZ BACKLINE E.I.R.L. 2016. Por tanto, se rechaza la hipótesis nula y se considera comprobada la influencia de la hipótesis específica 3.

4.4 Discusión de Resultados

De acuerdo con los resultados obtenidos en la prueba estadística de correlación de Pearson, para las hipótesis que han orientado la investigación se ha podido observar lo siguiente:

4.4.1 Hipótesis General

Existe relación positiva entre la Gestión de Costos de Servicio y la rentabilidad en la empresa DHZ BACKLINE E.I.R.L. 2016, hallándose una correlación de 0.933 (93.3%) con un valor calculado para $p = 0.05$ a un nivel de significancia de 0,05 (bilateral); lo cual indica que la correlación es alta. Y esto concuerda con la investigación (validez de la hipótesis alterna).

Esto concuerda con la Tesis de Arcila Lizalda Carlos Iván y Tabares Mendoza Diana

Alejandra (Pereyra – Colombia 2007) intitulada “Diseño e Implementación de una Estructura de Costos para la empresa MAQUINPLAST S.A. en Pereyra – Colombia”, concluyendo que a través de la creación de la línea única de productos se logró diseñar un modelo de costeo y cotización de cada una de las piezas que se fabrican en MAQUINPLAST S.A., que a su vez al convertirse en un conjunto de sub-productos adicionados a las actividades, generan el costo final de una máquina selladora; asimismo, con la determinación de los gastos fijos directos e indirectos y de los gastos variables en la empresa, la utilización de la línea única de productos permite la asignación precisa de costo de actividades, materias primas y tiempos de producción en la fabricación de máquinas selladoras.

También determinó que los costos indirectos de fabricación identificados en MAQUINPLAST S.A. están representados principalmente por actividades de mercadeo y de servicio al cliente. La estrategia a implementar para la reducción es la recuperación de estos a través de utilidad y/o precio de venta

Por último, que con la implementación de la estructura de costos en MAQUINPLAST S.A. se logró una determinación muy precisa de los costos hora de producción permitiendo así el manejo de costos variables de forma exacta teniendo en cuenta además de la cantidad de producción, la variación de tiempo en la ejecución de las actividades

4.4.2 Hipótesis Específica 1

Se ha observado que hay evidencia suficiente para determinar que la planificación financiera y la rentabilidad en la empresa DHZ BACKLINE E.I.R.L. 2016, están asociadas, hallándose una correlación de 0.682 (68.2%) con un valor calculado para $p = 0.03$ a un nivel de significancia de 0,05 (bilateral); lo cual indica que la correlación positiva moderada. Esto valida la hipótesis alterna, comprobando que existe concordancia con la tesis de Eugenio Arias Jenny Alexandra. (Ambato - Ecuador 2013) intitulada “La Planificación Financiera y su incidencia en la Rentabilidad de la empresa Incubandina S.A.”., concluyendo que para el cumplimiento de los objetivos y metas de la empresa, es necesario una socialización financiera ya que es el instrumento fundamental para dicho logro; asimismo establece que la inexistencia de una planificación financiera debilita la optimización de recursos financieros puesto que no permite su utilización.

Por último, determina que no se maneja indicadores de gestión e indicadores financieros que le permitan conocer las falencias que se presentan en la organización en un periodo de tiempo corto y, por lo tanto la toma de decisiones gerenciales son inadecuadas debido a que se basan únicamente en costos y gastos lo cual no le permite ver la situación real de la empresa.

4.4.3 Hipótesis Específica 2

Se constata que sí existe relación positiva alta entre las estratégicas de costos y la rentabilidad en la empresa DHZ BACKLINE E.I.R.L. 2016 y están asociadas hallándose una correlación de 0,826 con un valor calculado para $p = 0.01$ a un nivel de significancia de 0,05 (bilateral); lo cual indica que la correlación es positiva moderada. Esto valida la hipótesis alterna y concuerda con la investigación de Meza Martínez Vilma Irene (2013). titulada: “La gestión estratégica de costos en la rentabilidad en las empresas de ensamblaje e instalación de ascensores en Lima Metropolitana, año 2012”, que concluye que las empresas de ensamblaje e instalación han elaborado su plan estratégico y financiero al inicio del ejercicio económico pero con ciertas deficiencias por lo que no se ha podido identificar, medir, evaluar y controlar el riesgo financiero de la empresa; asimismo determina que la mayoría de empresas están muy arraigadas a aplicar los indicadores tradicionales en vez de aplicar instrumentos actuales como el valor económico agregado, que es un indicador de medición de la rentabilidad, y ese es uno de los motivos por lo que no se han tomado correctas decisiones estratégicas..

4.4.4 Hipótesis Específica 3

Se aprecia que hay evidencia suficiente para concluir que existe influencia entre el control de los costos y la rentabilidad en la empresa DHZ BACKLINE E.I.R.L. 2016, hallándose una correlación de 0,881 con un valor calculado para $p = 0.014$ a un nivel de significancia de 0,05 (bilateral); lo cual indica que la correlación es positiva moderada. Esto valida la hipótesis alterna y concuerda con la teoría de Backer-Jacobsen-Ramírez (1979) quien expresa que la problemática de los costos y su correspondiente control deben constituirse en elementos de presencia permanente en la agenda corporativa.

En general, por tratarse de un asunto árido y complejo, el mismo es relegado en épocas de bonanza y solamente vuelve a ser foco de atención en períodos de baja rentabilidad.

En general, un costo se encuentra asociado con una salida de caja (por ejemplo, no es así en el caso de las amortizaciones de los bienes de uso). Comprender la naturaleza e identificar satisfactoriamente todos los costos que afectan nuestro negocio es una tarea esencial y prioritaria.

Para poder encarar cualquier esfuerzo serio de racionalización de costos resulta fundamental disponer de información adecuada sobre todas aquellas variables de nuestro negocio (nos referimos aquí a información en todo el sentido del término, y no a meros datos, inconexos y dispersos, vacíos de inteligibilidad).

Para ser verdaderamente efectivo, un plan de racionalización de costos debe ser sencillo y comprensible para todos los involucrados. Si bien en teoría todos los costos pueden ser reducidos – al menos, en una proporción acotada -, es poco práctico diseñar un plan que pretenda atacar un gran número de rubros en un período limitado de tiempo

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

1. La gestión de costos de servicio impacta favorablemente en un 94.7% en la rentabilidad en la empresa DHZ BACKLINE E.I.R.L, porque constituye un sistema de información mediante el cual se determina, registra, acumula, controla, analiza direcciona, interpreta e informa todo lo relacionado con los costos de producción, venta, administración y financiamiento en la empresa, para lograr los mejores resultados.
2. La planificación de los costos tiene repercusión importante en un 94.8% en la rentabilidad en la empresa, en razón de reúne un conjunto de métodos, instrumentos y objetivos que permiten el establecimiento de pronósticos y las metas económicas y financieras de la empresa, tomando en cuenta los medios que se tienen y los que se requieren para lograrlo.
3. La aplicación de estrategias acertadas de costos incide en un 100.0% en la mejora de la rentabilidad en la empresa; en razón de que contemplan la provisión y análisis de la información financiera sobre el mercado de productos de la empresa, la estructura de costos, los costos de los competidores, el monitoreo de las estrategias de la empresa y la de sus competidores sobre un número determinado de periodos, con la finalidad de lograr los mejores resultados.
4. El eficiente control de costos tiene incidencia directa en un 94.7% en el incremento de la rentabilidad en la empresa: en razón de que, por la importancia que reviste, la gerencia no debe perder de vista el control de sus precios, dado que éstos son determinados por el mercado, y que depende de la adecuación eficiente de los costos para mantener un margen de utilidad que le permita sobrevivir en el tiempo y cumplir sus objetivos..
5. La preservación de los recursos financieros es muy necesaria en la empresa; en razón de que necesita adoptar herramientas de gestión con una planificación bien definida y un control absoluto sobre los ingresos y gastos, para obtener resultados beneficiosos
6. La determinación del costo – beneficio, es importante para la toma de decisiones financieras acertadas, ya que no está limitado solamente a teorías, algún campo en particular, o proyecto privado o público, logrando la generación de resultados positivos.

7. La rentabilidad económica así como la rentabilidad financiera, son los objetivos primordiales de la empresa para conocer el rendimiento de lo invertido, al realizar sus actividades en un determinado período de tiempo, como el resultado de las decisiones que toma la gerencia de la empresa, ya que no es una medida absoluta, debido a que camina de la mano del riesgo; siendo fundamental para el desarrollo porque nos da una medida de la necesidad de las cosas.

5.2 Recomendaciones

Que el Gerente de la empresa DHZ BACKLINE E.I.R.L, adopte las siguientes acciones:

1. Establecer las políticas necesarias para fortalecer la gestión de costos de servicio, a fin de que determine, registre, acumule, controle, analice, interprete e informe todo lo relacionado con los costos de producción, venta, administración y financiamiento en la empresa, en forma eficiente.
2. Que el personal encargado planifique adecuadamente los costos de los servicios; aplicando la técnica que reúna los métodos, instrumentos y objetivos con el fin de establecer los pronósticos y las metas económicas y financieras de la empresa, tomando en cuenta los medios con que cuenta y los que se requieren para lograrlo.
3. Aplicar acertadas estrategias de costos que contemplen la provisión y análisis de la información financiera sobre el mercado de productos de la empresa, la estructura de costos, los costos de los competidores, el monitoreo de las estrategias de la empresa y la de los competidores en esos mercados sobre un número de periodos, con la finalidad de lograr los mejores resultados.
4. Supervisar y establecer un control eficiente de costos, a fin de que el personal encargado no pierda de vista el control de los precios, dado que éstos son determinados por el mercado, y dependen crucialmente de la adecuación de sus costos para que la empresa sostenga un margen de utilidad que le permita cumplir sus objetivos y sobrevivir en el tiempo.
5. Supervisar y controlar la permanente preservación de los recursos financieros adoptando las herramientas de gestión con una planificación bien definida y un control absoluto sobre los ingresos y gastos, para lograr la obtención de resultados beneficiosos..
6. Implementar la utilización de estrategias adecuadas para determinar el costo – beneficio, en la empresa, a fin de tomarlo en cuenta cuando se necesite tomar decisiones, logrando en la empresa la generación de resultados positivos.
7. Planear y controlar los costos para mejorar tanto la rentabilidad económica como la financiera, en razón de que el conocimiento anticipado del comportamiento de los

costos permite a la empresa la consecución de uno de los objetivos que se traza para conocer el rendimiento de lo invertido al realizar sus de actividades en un determinado lapso; es decir la rentabilidad.



REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguirre, Juan; Prieto, Marta; Escamilla, Juan (1997). Contabilidad de costos, gestión y control presupuestario, control de gestión, la función del controller. Tomo II. Cultural de Ediciones, S.A. España. 320 pp.
- Allison, G.T. (1971). The essence of decision: Explaining the Cuban missile crisis. Boston: Little Brown.
- Arcila Lizalda Carlos Iván y Tabares Mendoza Diana Alejandra (Pereyra – Colombia 2007) Tesis: “Diseño e Implementación de una Estructura de Costos para la empresa MAQUINPLAST S.A.” en Pereyra - Colombia.
- Backer-Jacobsen-Ramirez, Contabilidad de Costos. Enfoque Administrativo. Editorial McGraw-Hill / Interamericana de Mexico 1979
- Ballena Alcantara Irene Marely (Pimentel - Lambayeque – Perú 2017). Tesis: “Costo de Servicio y su influencia en la Rentabilidad de la empresa de transportes Turismo Señor de Huamantanga SRL, Chiclayo 2016.”.
- Berrío Guzmán, Deysi y Castrillón Cifuentes, Jaime. Costos para gerenciar organizaciones manufactureras, comerciales y de servicio, 2da Edición. Ediciones Uninorte, 2008, p.3
- Bierman, Harold. Planeación Financiera Estratégica. CECSA, México, 2003
- Brimson, James. Contabilidad por actividades. Méjico. Editorial Alfaomega Grupo Editor S.A. 1997
- Castañeda Vargas, Winston Adrián. (2010) “El beta como medida de riesgo sistemático”, p. 4
- Chiriboga Rosales, Luis Alberto. “Sistema Financiero”, Primera Edición, año 2007. Quito Ecuador.
- Cyert, R. M. & March, J. G. (1963). A behavioral theory of the firm. Englewood Cliffs, N.J.: Prentice-Hall.
- Días Tipán Martha Marlene. (La Mana – Ecuador 2013). Tesis titulada: “Produccion, comercializacion y rentabilidad de la naranja (Citrus Aurantium) y su relacion con la economia de gestion la mana y su zona de influencia, año 2011”.
- Diaz Llanes Miguel (2012) Análisis Contable con un enfoque empresarial Edita.- EUMED
- Eisenhardt, K. M., Kahwajy, J. L. & Bourgeois, L. J. (1997). Conflict and strategic choice: How top management teams disagree. California Management Review, 39(2), 42-62.
- Estupiñán Gaitán, Rodrigo y Orlando. Análisis Financiero y de Gestión, ECOE Ediciones, 2008 Bogotá.
- Farfán Peña Santos Alberto. Contabilidad de Costos Instituto de Enfoque peruano Internacional. Lima. 2000
- Flores Soria, Jaime (2006) Costos y presupuestos : Teoría y Práctica Editor: Lima : CECOF,

- Francés, Antonio. Estrategia y planes para la empresa: con el cuadro de mando integral, Pearson Educación, 2006.
- Franco Falcón Justo, Costos para la toma de decisiones, editorial. Maranatha, Lima – Perú 2011.
- García Colin Juan Contabilidad de Costos 3ra ed (2007) México McGraw Hill
- Gitman, Lawrence (1997) Fundamentos de administración financiera. Editorial OUP Harla México, S.A. México. 1077
- Hax, Arnoldo C.y Majluf, Nicolás. Estrategias para el liderazgo competitivo, Ediciones Granica, 2004.
- Hitt, M. A. & Collins, J. D. (2007). Business ethics, strategic decision making, and firm performance. Business Horizons, 50(5), 353-357
- Isidro Chambergó, Guillermo (2000) Introducción a los Costos Empresariales. Instituto de Investigación y Desarrollo.
- Jumbo A. (Loja – Ecuador 2013) - Tesis: “Análisis de Rentabilidad económica y financiera en la cooperativa de Ahorro y Crédito “27 de abril” de la ciudad de Loja, periodos 2010-2011
- Kluyver, Cornelis A. Pensamiento estratégico: una perspectiva para los ejecutivos, Pearson Educación, 2001.
- Label, Wayne y otros. Contabilidad para no contadores, 2da edición. ECOE Ediciones, 2016, p.20)
- Larrea, Pedro. Calidad de servicio: del marketing a la estrategia, Ediciones Díaz de Santos, 1991.
- Lawrence W. B. "Contabilidad de Costos" Editorial Hispano Americana (1953)
- Lindblom, C. (1979). Still muddling not yet through. Public Administration Review, Nov-dic., 517-526.
- Martínez Paricio, Irene. “Definición y cuantificación de los riesgos financieros”. 2012. pp. 26 y 27.
- Medina Ramírez Carlos Alejandro y Mauricci Gil Giancarlo Fabrizio (2014). Tesis: “ Factores que influyen en la rentabilidad por línea de negocio en la Clinica Sanchez Ferrer en el Periodo 200-2013”.
- Meza Martínez Vilma Irene (2013). Tesis: “ La gestion estrategica de costos en la rentabilidad en las empresas de ensamblaje e instalacion de ascensores en Lima Metropolitana, año 2012”
- Ortega A. (2008). Planificación Financiera Estratégica. Pag.192-199, México. Editorial MC Graw Hill Interamericana
- Ortiz Anaya, Héctor (2006). Análisis Financiero Aplicado y Principios de Administración Financiera, Universidad Externado de Colombia, Bogotá.
- Porter, Michael. Estrategia Competitiva, Ediciones Pirámide, México 2009.
- Sánchez, Juan Pedro (2002). Análisis de Rentabilidad de la empresa. ([Http://www](http://www).

5campus.com/lección/cuarenta)

Santellán Santana Mónica Narcisca (Ambato – Ecuador 2011). Tesis: “Análisis de costos de producción y su impacto en la rentabilidad de la empresa Holviplas S.A. en el año 2010”.

Seco Benedicto, Maite. “Riesgos económicos y financieros en la empresa”. Ediciones EOI- Escuela de negocios, 2007. p. 3

Simon, H. A. (1957). A behavioral model of rational choice, in models of man, social and rational: mathematical essays on rational human behavior in a social setting. New York: Wiley.

Velarde, J. C. C. (2000). Estrategias educativas para el desarrollo de una " cultura tributaria" en América Latina. Experiencias y líneas de acción. Revista del Clad Reforma y Democracia,

Electrónicas

Enciclopedia de Conceptos (2017). "Costo". Recuperado de: <https://concepto.de/costo/#ixzz5Um9fzDaa>





ANEXOS

ANEXO N° 1: Instrumento de Recolección de datos – Cuestionario

Sres.:

Gracias por responder el cuestionario de Costos de Servicios y la Rentabilidad.

Como parte de mi tesis en la Facultad de Ciencias Empresariales y de Negocios de la Universidad Peruana de Ciencias e Informática, estoy realizando una investigación acerca de la influencia que ejerce el Sistema de costos de servicio en la rentabilidad en la empresa DHZ BACKLINE E.I.R.L. 2016

No tardará más de cinco minutos en completarla y será de gran ayuda para mi investigación.

Los datos que en ella se consignent se tratarán de forma anónima

Por favor marcar con una (X) la que corresponde con su opinión aplicando la siguiente valoración.

1 = Totalmente en desacuerdo

2 = En desacuerdo

3 = Indiferente

4 = De acuerdo

5 = Totalmente de acuerdo

N°	PREGUNTA	1	2	3	4	5
1	¿Considera Ud. que la gestión de costos de servicio impacta favorablemente en la rentabilidad en la empresa?					
2	¿Cree Ud. que la planificación de los costos tiene repercusión importante en la rentabilidad en la empresa?					
3	Según su criterio ¿el estimado de costos tiene incidencia en la rentabilidad en la empresa?					
4	¿El cronograma de ejecución de los costos tiene repercusión favorable en la rentabilidad?					
5	¿Considera Ud. que la aplicación de una acertada estrategia de costos mejora la rentabilidad en la empresa?					
6	¿Cree Ud. que la adopción de la estrategia de liderazgo global en costos tiene incidencia directa en la rentabilidad en la empresa?					
7	¿Según su criterio ¿la estrategia de diferenciación de los costos favorece el mejoramiento de la rentabilidad?					
8	¿Cree Ud. que un eficiente control de costos permite el incremento de la rentabilidad en la empresa?					
9	¿Cree Ud. que un eficiente control de costos permite el incremento de la rentabilidad en la empresa?					
10	¿El fomento de un ambiente de ahorro causa impacto positivo en la rentabilidad?					
11	¿Considera Ud. que la correcta Planificación de los costos permite preservar los recursos financieros de la empresa?					

12	¿Cree Ud. que un eficiente Cronograma de Ejecución de los gastos dosifica el endeudamiento con terceros?					
13	Según su opinión ¿una adecuada reducción de gastos generales permite mantener en términos razonables el capital de trabajo?					
14	De acuerdo con su criterio ¿un adecuado estimado de costos permite determinar el costo - beneficio?					
15	¿La utilización de eficaces estrategias de costos posibilita la minimización de los costos en la empresa?					
16	¿Cree Ud. que la utilización de la estrategia de diferenciación de costos determina la obtención de la utilidad proyectada?					
17	¿Considera Ud. que la Planificación de los costos posibilita la obtención de una buena rentabilidad económica y financiera?					
18	¿Cree Ud. que el fomento de una cultura de ahorro mejora el Resultado del Ejercicio?					
19	En su opinión ¿la adecuada planificación de los costos corrige la baja producción en la empresa??					
20	Según su criterio ¿la reducción de gastos generales mejora el margen de utilidad?					



ANEXO N° 2: Instrumento de Recolección de Datos – Guía de Entrevista

Buenos días, Como parte de mi tesis en la facultad de Ciencias Empresariales y de Negocios de la Universidad Peruana de Ciencias e Informática, estoy realizando una investigación acerca de la influencia que tiene La gestión de costos de servicio en la rentabilidad financiera. La información brindada en esta entrevista es de carácter confidencial, solo será utilizada para los propósitos de la investigación. Agradezco su colaboración

Día:

Hora:

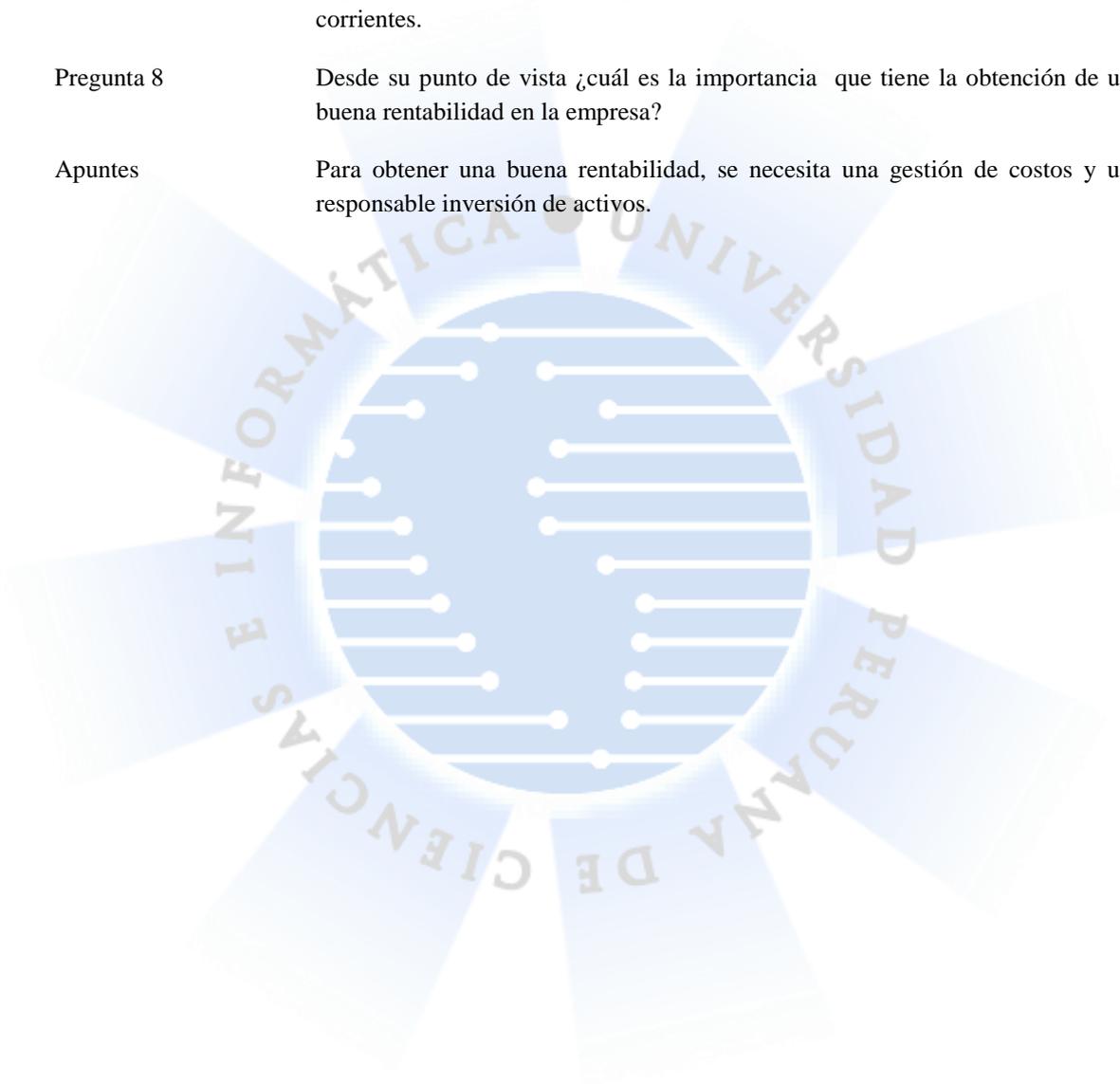
**Lugar: INSTALACIONES DE LA
EMPRESA DHZ BACKLINE EIRL**

Entrevistado: HADDAD ZANELLI LUIS DAVID

Tema: El sistema Contable Computarizado y la Rentabilidad Financiera

- | | |
|------------|--|
| Pregunta 1 | Desde su punto de vista ¿cuál es la importancia de una correcta gestión de costos de servicio en la empresa? |
| Apuntes | Nos va permitir realizar programas de reducción de costos y ahorro de recursos de la empresa sin que estos cambien la capacidad de producción. |
| Pregunta 2 | ¿Qué medidas cree Ud. que deben adoptarse para realizar una adecuada la planificación de los costos de servicio en la empresa? |
| Apuntes | Tener una visión clara de cómo se va ir gastando el presupuesto, y es una referencia respecto a la que comparar los costos en cada momento. |
| Pregunta 3 | ¿Cuál es la importancia que considera Ud. que tiene la utilización de una estrategia de costos? |
| Apuntes | Nos permite mejorar creciente la necesidad de competitividad y es fundamental para la toma de decisiones. |
| Pregunta 4 | ¿Considera Ud. que una adecuada gestión de reportes influye significativamente en la rentabilidad financiera? ¿Por qué? |
| Apuntes | SI, ya que se proveerá una clara información de la inversión ejecutada en la cual se tomara en cuenta para la toma de decisiones. |
| Pregunta 5 | ¿Qué acciones se deben adoptar para lograr un incremento de la rentabilidad en la empresa? |
| Apuntes | Se debería tomar un plan de inversión y presupuesto , teniendo en cuenta una buena gestión de costos. |

- Pregunta 6 De acuerdo con su criterio ¿qué procedimientos se deben utilizar para determinar en forma eficaz el costo - beneficio?
- Apuntes Se necesita hacer una correcta investigación del valor de los productos que se adquieran que serán incurridos en el costo del servicio.
- Pregunta 7 ¿Qué acciones, procedimientos y estrategias se deben adoptar para mejorar la rentabilidad económica y financiera en la empresa?
- Apuntes Implementación de una responsable inversión de activos corrientes y no corrientes.
- Pregunta 8 Desde su punto de vista ¿cuál es la importancia que tiene la obtención de una buena rentabilidad en la empresa?
- Apuntes Para obtener una buena rentabilidad, se necesita una gestión de costos y una responsable inversión de activos.



ANEXO N° 3: Fichas de validación del instrumento

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES

Apellidos y Nombres del Informante: CPC Fermín Alfonso Escalaya Velarde
 Institución donde labora: Universidad Peruana de Ciencias e Informática
 Título de la Tesis: "LA GESTION DE COSTOS DE SERVICIO Y LA RENTABILIDAD EN LA EMPRESA DHZ BACKLINE E.I.R.L. 2016"
 Nombre del Instrumento que motiva la evaluación: Cuestionario
 Autor del Instrumento: Bachiller José Alejandro Manosalva Jesich

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0 - 20%	Regular 21 - 40%	Bueno 41 - 60%	Muy Bueno 61 - 80%	Excelente 81 - 100%
METODOLOGÍA	Considera que los Ítems miden lo que el investigador pretende medir				X	
COHERENCIA	Considera que los Ítems utilizados son propios del campo que se está investigando					X
CONSISTENCIA	Existe Consistencia entre las variables y los indicadores					X
ORGANIZACIÓN	Considera organizado el desarrollo del Marco Teórico					X
CLARIDAD	La investigación está desarrollada en un lenguaje apropiado					X
OPERACIONALIZACIÓN	Presenta operacionalizados sus variables e indicadores					X
ESTRATEGIAS	Considera adecuados los métodos estadísticos para contrastar las hipótesis				X	
ACTUALIDAD	Presenta antecedentes actualizados hasta con tres años de antigüedad				X	

III. OPINIÓN PARA APLICAR EL INSTRUMENTO

Qué aspectos se tienen que Modificar, aumentar o suprimir en los Instrumentos de Investigación:

..... Ninguno

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN DEL INSTRUMENTO:92%.....

Lima, 15 de enero del 2019

Firma del Experto Informante

DNI: 43306690 Telf./Cel.: 969254070

ANEXO 03; INFORMES DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES

Apellidos y Nombre del Informante: Ing^o. Rubén Edgar Hermoza Ochante
 Institución donde labora: Universidad Peruana de Ciencias e Informática
 Título de la Tesis: "LA GESTION DE COSTOS DE SERVICIO Y LA RENTABILIDAD EN LA EMPRESA DHZ BACKLINE E.I.R.L. 2016"
 Nombre del Instrumento que motiva la evaluación: Cuestionario
 Autor del Instrumento: Bachiller José Alejandro Manosalva Jesich

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0 – 20%	Regular 21 – 40%	Bueno 41 – 60%	Muy Bueno 61 – 80%	Excelente 81 – 100%
METODOLOGÍA	Considera que los Ítems miden lo que el investigador pretende medir				X	
COHERENCIA	Considera que los Ítems utilizados son propios del campo que se está investigando					X
CONSISTENCIA	Existe Consistencia entre las variables y los indicadores				X	
ORGANIZACIÓN	Considera organizado el desarrollo del Marco Teórico					X
CLARIDAD	La investigación está desarrollada en un lenguaje apropiado					X
OPERACIONALIZACIÓN	Presenta operacionalizados sus variables e indicadores				X	
ESTRATEGIAS	Considera adecuados los métodos estadísticos para contrastar las hipótesis					X
ACTUALIDAD	Presenta antecedentes actualizados hasta con tres años de antigüedad					X

III. OPINIÓN PARA APLICAR EL INSTRUMENTO

Qué aspectos se tienen que Modificar, aumentar o suprimir en los Instrumentos de Investigación:

.....

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN DEL INSTRUMENTO: Muy Bueno

Lima, 15 de enero del 2019


 Ing. Ruben E. Hermoza Ochante
 Reg. C.I.P. N° 167882
 DOCENTE

Firma del Experto Informante

DNI: 42037740 Telf./Cel.: 941463983

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

V. DATOS GENERALES

Apellidos y Nombres del Informante: Mg. Mario Edgart Chura Alegre

Institución donde labora: Universidad Peruana de Ciencias e Informática

Título de la Tesis: "LA GESTIÓN DE COSTOS DE SERVICIO Y LA RENTABILIDAD EN LA EMPRESA DHZ BACKLINE E.I.R.L. 2016"

Nombre del Instrumento que motiva la evaluación: Cuestionario

Autor del Instrumento: Bachiller José Alejandro Manosalva Jesich

VI. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0 - 20%	Regular 21 - 40%	Bueno 41 - 60%	Muy Bueno 61 - 80%	Excelente 81 - 100%
METODOLOGÍA	Considera que los Ítems miden lo que el investigador pretende medir				✓	
COHERENCIA	Considera que los Ítems utilizados son propios del campo que se está investigando				✓	
CONSISTENCIA	Existe Consistencia entre las variables y los indicadores				✓	
ORGANIZACIÓN	Considera organizado el desarrollo del Marco Teórico				✓	
CLARIDAD	La investigación está desarrollada en un lenguaje apropiado				✓	
OPERACIONALIZACIÓN	Presenta operacionalizados sus variables e indicadores				✓	
ESTRATEGIAS	Considera adecuados los métodos estadísticos para contrastar las hipótesis					✓
ACTUALIDAD	Presenta antecedentes actualizados hasta con tres años de antigüedad					✓

VII. OPINIÓN PARA APLICAR EL INSTRUMENTO

Qué aspectos se tienen que Modificar, aumentar o suprimir en los Instrumentos de Investigación:

..... Ninguno

VIII. PROMEDIO DE VALORACIÓN DEL INSTRUMENTO: 92%

Lima, 15 de enero del 2019



Firma del Experto Informante

DNI: 4348693 Telf./Cel.: 984781905

**LA GESTIÓN DE COSTOS DE
SERVICIO Y LA
RENTABILIDAD EN LA
EMPRESA DHZ BACKLINE
E.I.R.L.2016**

por Jose Alejandro Manosalva Jesich

Fecha de entrega: 16-dic-2019 03:57p.m. (UTC-0600)

Identificador de la entrega: 1235661428

Nombre del archivo: TESIS_ORIGINAL_MANOSALVA_JANO.docx (1.28M)

Total de palabras: 27799

Total de caracteres: 149429

LA GESTIÓN DE COSTOS DE SERVICIO Y LA RENTABILIDAD EN LA EMPRESA DHZ BACKLINE E.I.R.L.2016

INFORME DE ORIGINALIDAD

28%	25%	1%	22%
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	Submitted to Universidad Cesar Vallejo Trabajo del estudiante	2%
2	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	2%
3	Submitted to Universidad Estatal a Distancia Trabajo del estudiante	1%
4	www.gestiopolis.com Fuente de Internet	1%
5	www.repositorioacademico.usmp.edu.pe Fuente de Internet	1%
6	www.buenosnegocios.com Fuente de Internet	1%
7	www.unida.edu.py Fuente de Internet	1%
8	Submitted to Universidad Catolica Los Angeles de Chimbote Trabajo del estudiante	1%

9	Submitted to Universidad Peruana de Las Americas Trabajo del estudiante	1%
10	www.angelfire.com Fuente de Internet	1%
11	docplayer.es Fuente de Internet	1%
12	repositorio.utp.edu.co Fuente de Internet	1%
13	costosygastosperu.blogspot.com Fuente de Internet	1%
14	Submitted to Pontificia Universidad Catolica del Peru Trabajo del estudiante	1%
15	www.scribd.com Fuente de Internet	1%
16	Submitted to Universidad Alas Peruanas Trabajo del estudiante	<1%
17	repositorio.uncp.edu.pe Fuente de Internet	<1%
18	repositorio.unap.edu.pe Fuente de Internet	<1%
19	Submitted to Universidad Senor de Sipan Trabajo del estudiante	<1%

20	Submitted to Fundación Universitaria del Area Andina Trabajo del estudiante	<1 %
21	dspace.unitru.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
22	repositorio.unh.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
23	www.mytriplea.com Fuente de Internet	<1 %
24	es.scribd.com Fuente de Internet	<1 %
25	repositorio.uaustral.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
26	www.slideshare.net Fuente de Internet	<1 %
27	richar2012.obolog.es Fuente de Internet	<1 %
28	destinonegocio.com Fuente de Internet	<1 %
29	revistas.unal.edu.co Fuente de Internet	<1 %
30	repositorio.upeu.edu.pe Fuente de Internet	<1 %

31	issuu.com Fuente de Internet	<1 %
32	repo.uta.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
33	semyraz.com.ar Fuente de Internet	<1 %
34	pt.scribd.com Fuente de Internet	<1 %
35	repositorio.uladech.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
36	repositorio.utp.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
37	scielo.org.ve Fuente de Internet	<1 %
38	concepto.de Fuente de Internet	<1 %
39	cybertesis.unmsm.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
40	www.economiasimple.net Fuente de Internet	<1 %
41	repositorio.uta.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
42	pt.slideshare.net Fuente de Internet	<1 %

		<1%
43	files.pedrolopez-asesorconsultor.webnode.es Fuente de Internet	<1%
44	www.gidsa.com.py Fuente de Internet	<1%
45	www.dspace.uce.edu.ec Fuente de Internet	<1%
46	www.bdigital.unal.edu.co Fuente de Internet	<1%
47	repositorio.unasam.edu.pe Fuente de Internet	<1%
48	repositorio.upt.edu.pe Fuente de Internet	<1%
49	tesis.luz.edu.ve Fuente de Internet	<1%
50	doi.org Fuente de Internet	<1%
51	repositorio.up.edu.pe Fuente de Internet	<1%
52	repositorio.uss.edu.pe Fuente de Internet	<1%
53	fcasua.contad.unam.mx Fuente de Internet	<1%

54	Submitted to Universidad Catolica De Cuenca Trabajo del estudiante	<1 %
55	Submitted to Universidad Catolica de Santo Domingo Trabajo del estudiante	<1 %
56	www.ete.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
57	www.revistalatinacs.org Fuente de Internet	<1 %
58	Submitted to Universidad Andina del Cusco Trabajo del estudiante	<1 %
59	www.monografias.com Fuente de Internet	<1 %
60	www.corporacionmyv.com Fuente de Internet	<1 %
61	es.slideshare.net Fuente de Internet	<1 %
62	app.ifb.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
63	grupodeinvestigacioncontable.blogspot.com Fuente de Internet	<1 %
64	repositorio.unsm.edu.pe Fuente de Internet	<1 %

65	repositorio.ucsp.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
66	repositorio.uigv.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
67	repositorio.uandina.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
68	repositorio.autonoma.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
69	www.tauniversity.org Fuente de Internet	<1 %
70	Submitted to Universidad Continental Trabajo del estudiante	<1 %
71	www.mincetur.gob.pe Fuente de Internet	<1 %
72	creativecommons.org Fuente de Internet	<1 %
73	www.coursehero.com Fuente de Internet	<1 %
74	Submitted to Corporación Universitaria del Caribe Trabajo del estudiante	<1 %
75	www.fce.unal.edu.co Fuente de Internet	<1 %

76	www.buenastareas.com Fuente de Internet	<1 %
77	tesis.pucp.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
78	repositorio.unc.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
79	Submitted to CONACYT Trabajo del estudiante	<1 %
80	www.eoi.es Fuente de Internet	<1 %
81	repositorio.ucs.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
82	repositorio.ucsg.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
83	hoffenfoundation.org Fuente de Internet	<1 %
84	alicia.concytec.gob.pe Fuente de Internet	<1 %
85	tesis.ucsm.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
86	dspace.unapiquitos.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
87	javeriana.edu.co Fuente de Internet	<1 %

		<1 %
88	(Carlinda Leite and Miguel Zabalza). "Ensino superior: inovação e qualidade na docência", Repositório Aberto da Universidade do Porto, 2012. Publicación	<1 %
89	Submitted to UNIV DE LAS AMERICAS Trabajo del estudiante	<1 %
90	repositorio.uchile.cl Fuente de Internet	<1 %
91	Submitted to Universidad de Granada Trabajo del estudiante	<1 %
92	148.216.10.92 Fuente de Internet	<1 %
93	bdigital.unal.edu.co Fuente de Internet	<1 %

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias

< 15 words

Excluir bibliografía

Activo

ANEXO N°4: Autorización de publicación en repositorio



FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJO DE INVESTIGACION O TESIS EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL UPCI

1.- DATOS DEL AUTOR

Apellidos y Nombres: MANOSALVA JESICH JOSE ALEJANDRO
DNI: 46421247 Correo electrónico: MANOSALVA.ALEJANDRO004@GMAIL.COM
Domicilio: CONDOMINIO TORRES DEL CAMPO, BLOCK F14, DPTO 202, COMAS
Teléfono fijo: 3348135 Teléfono celular: 957361276

2.- IDENTIFICACIÓN DEL TRABAJO o TESIS

Facultad/Escuela: FCEYN / CONTABILIDAD, AUDITORÍA Y FINANZAS

Tipo: Trabajo de Investigación Bachiller () Tesis (X)

Título del Trabajo de Investigación / Tesis:

LA GESTIÓN DE COSTOS DE SERVICIO Y LA RENTABILIDAD EN LA EMPRESA DHZ BACKLINE EIRL 2016

3.- OBTENER:

Bachiller () Título (X) Mg () Dr () PhD ()

4. AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN EN VERSIÓN ELECTRÓNICA

Por la presente declaro que el (trabajo/tesis) _____ indicada en el ítem 2 es de mi autoría y exclusiva titularidad, ante tal razón autorizo a la Universidad Peruana Ciencia e Informática para publicar la versión electrónica en su Repositorio Institucional (<http://repositorio.upci.edu.pe>), según lo estipulado en el Decreto Legislativo 822, Ley sobre Derecho de Autor, Art 23 y Art. 33.

Autorizo la publicación (marque con una X):

(X) Sí, autorizo el depósito total.

() Sí, autorizo el depósito y solo las partes: _____

() No autorizo el depósito.



Huella digital

Como constancia firmo el presente documento en la ciudad de Lima, a los 30 días del mes de OCTUBRE de 2020.

Firma